

Alexander Zons

Something old, something new, something borrowed, something blue. JJ Abrams' STAR TREK

2016

<https://doi.org/10.25969/mediarep/3653>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Zons, Alexander: Something old, something new, something borrowed, something blue. JJ Abrams' STAR TREK. In: *AugenBlick. Konstanzer Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 67: 50 Jahre STAR TREK (2016), S. 85–95. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/3653>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Something old, something new, something borrowed, something blue

JJ Abrams' STAR TREK

Bis zu welchem Punkt sind wir nun in der Lage, jene Variationen, die mit der «Ähnlichkeit» spielen, als rein musikalische zu genießen? Können wir der Faszination der möglichen Welten, die diese «Ähnlichkeiten» skizzieren, entgegen?¹

Vor ziemlich genau fünfzig Jahren lief *Star Trek – The Original Series* bei NBC vom Stapel. Die Serie war kein Erfolg. Nach drei Staffeln war Protesten einer kleinen, aber wackeren Fangemeinde zum Trotz Schluss. Die Serie wurde bald an lokale Fernsehstationen in den USA verkauft und lief später nahezu täglich im Fernsehen. Erst diese Mehrfachverwertung machte sie zu einem Phänomen. Die popkulturelle Berühmtheit der Serie ist demnach ein Effekt ihrer Wiederholung. Ich möchte mich im Folgenden mit Fragen nach Differenz und Wiederholung anhand von STAR TREK (USA 2009, J. J. Abrams), dem filmischen *Reboot* der Serie – oder besser: des *Franchise* –, widmen.² Es geht mir dabei darum, anhand einiger Spezifika des Films allgemeine Aussagen über die zeitgenössische Filmkultur zu machen.

Vorweg muss ich sagen, dass ich kein echter Fan der Serie bin, auch wenn ich mich noch ganz gut an die Ausstrahlungen im ZDF und anschließende Nachstellungen auf dem Spielplatz irgendwann in den 1970er-Jahren erinnern kann. Das verbindet mich mit Jeffrey Jakob Abrams, der den *Reboot* übernommen hat und auch kein Trekkie ist. Trotzdem wird er mit der Aufgabe betraut. Warum eigentlich? Was zeichnet Abrams aus? Gerade das ist schwer zu definieren. In einem neueren Sammelband zu Abrams gehen die Herausgeber davon aus, dass es sich bei ihm um einen «american auteur» handelt: «As writer, director, producer, and even composer,

1 Eco, Umberto (1990): «Serialität im Universum der Kunst und der Massenmedien». In: Ders.: *Im Labyrinth der Vernunft. Texte über Kunst und Zeichen*. Leipzig, S. 301–324, hier S. 322.

2 Mögliche philosophische Implikationen der Frage kann ich allerdings nur streifen. Siehe dazu u. a. Deleuze, Gilles (1992): *Differenz und Wiederholung*. München, S. 47: «Die Begegnung der beiden Begriffe, Differenz und Wiederholung, kann nicht mehr von Anfang an gesetzt werden, sie muß vielmehr durch Interferenzen und Überschneidungen zwischen diesen beiden Linien zur Erscheinung gelangen, von denen die eine das Wesen der Wiederholung, die andere die Idee der Differenz betrifft.» Auch dieser Satz hätte den folgenden Überlegungen als Motto dienen können.

he puts his particular stamp on everything he touches». ³ Dem kann man zustimmen, allerdings nur, wenn man die Kategorie ‚Auteur‘ nicht unangetastet lässt. Abrams ist auf besondere Weise originell, oder besser: Er ist auf originelle Weise unoriginell. Hier würde ich Darren Franich folgen, der in einem wirklich originellen Artikel eigentlich schon fast alles gesagt hat, was ich zu dem Thema sagen wollte:

After all, no important contemporary director has done more to torpedo basic ideas about authorship than J. J. Abrams. His filmography thus far comprises a threequel, an elevenquel, a twelvequel, and a sevenquel. There was an original movie – curiously, it’s the only Abrams film with a number in the title – but *SUPER 8* is so explicit and yearning in its Spielberg homage that it’s arguably more of a remake than his *TREKS* or his *MISSION* or his *WARS*. (*SUPER 8* looks more like *E. T.* than *STAR TREK* looks like *STAR TREK*.) ⁴

Was ist es also, das die Verantwortlichen bei Paramount dazu bewegt haben mag, Abrams für die Wiederbelebung der *STAR TREK*-Reihe zu verpflichten, die nach dem zehnten Film *STAR TREK – NEMESIS* (USA 2002) und dem Ende der Prequel-Serie *Star Trek – Enterprise* (USA 2001–2005) ziemlich darniederlag? Ok, er mag kein Liebhaber der Serie sein, kennt sich aber mit Fortsetzungen und Serien aus, immerhin hat er entscheidenden Einfluss auf die Produktion von *Felicity* (USA 1998–2002), *Alias* (USA 2001–2006) und *Lost* (USA 2004–2010). Inwiefern ist es überhaupt wichtig oder notwendig, die Serie *Star Trek* zu kennen, wenn man die Filmreihe weiter schreiben soll? Oder, um es anders zu formulieren: Wieviel Fernsehen steckt in Abrams’ *STAR TREK*?

1 Film und Fernsehen in Hollywood

Eine Antwort auf diese Fragen bietet Franich ganz nebenbei an:

(**ASIDE:** Abrams’ reputation as a franchise fixer actually begins with *MISSION: IMPOSSIBLE 3*. This is curious, since *MISSION 3* is a colorless shakycore *BOURNE* retread that earned about \$150 million less than John Woo’s shampoo-daydream *MISSION 2*. But the film has developed a good reputation – it plays better on television – and it led to a pair of Abrams-produced *MISSIONS*, which gave Tom Cruise a blockbuster second act and gave Paramount executives something to talk about besides *TRANSFORMERS*. **END OF ASIDE.**) ⁵

Man hält Abrams also für einen «franchise fixer». Das hat aber, so zumindest Franich, und ich würde mich seiner Einschätzung hier anschließen, weniger mit dem

3 Brace, Patricia / Arp, Robert (2014): «Introduction». In: Dies. (Hg.): *The Philosophy of JJ Abrams*, Lexington, S. 1–9, hier S. 1.

4 Franich, Darren (2016): «Searching for J. J. Abrams in his first *STAR TREK* movie». In: *Entertainment*, <http://www.ew.com/article/2016/07/08/star-trek-2009-jj-abrams> (29.9.2016).

5 Ebd.

besonderen ökonomischen Erfolg von Abrams' *MISSION: IMPOSSIBLE 3* (USA 2006) zu tun, und auch ästhetisch war der Film keine Offenbarung. Er kommt aber gut im Fernsehen rüber.⁶ Und es lässt sich gut anschließen an den Film.⁷ Er gibt *MISSION: IMPOSSIBLE* als Reihe Struktur und über Abrams' Produktionsfirma Bad Robot auch geschäftliche Kontinuität.

Es scheint, als führe kein Weg vorbei an einer Diskussion der Beziehung von Film und Fernsehen, auch wenn hier nur an der Oberfläche gekratzt werden kann. Wo also ansetzen? Was zeichnet die gegenwärtige Produktionskultur Hollywoods aus? Es gibt eine Reihe von Stimmen, die einen Verlust an Qualität beklagen. Merkwürdigerweise korrespondiert dies mit einer Aufwertung des Fernsehens; nicht zuletzt der Begriff *«quality television»* scheint das nahezulegen.⁸ Immer wieder funkt das Fernsehen dazwischen, wenn ich mich dem Hollywoodkino zuwenden möchte. Kino und Fernsehen lassen sich kaum trennen – im Grunde genommen ist das so, seit es das Fernsehen gibt –, auch wenn es immer wieder keusche Abwehrbewegungen von Seiten der Hollywood-Filmindustrie gegeben hat. Die personelle, ökonomische und ästhetische Kontinuität sowie Kontiguität spricht hier eine ganz eindeutige Sprache: Kino und Fernsehen gehören zusammen, auch wenn sie nicht zusammenfallen. Das Eine ohne das Andere diskutieren zu wollen, macht höchstens punktuell Sinn. Ein typisches, zeitgenössisches Beispiel für diesen Zusammenhang ist – wenig überraschend – JJ Abrams. Er bewegt sich scheinbar mühelos in beiden Sphären. Sein Beispiel widerlegt allerdings auch die Stimmen, die den Verlust der Qualität im Kino einer Abwanderungsbewegung in Richtung Fernsehen zuschreiben wollen. Man kann zwar konstatieren, dass kaum ein wichtiger Hollywoodregisseur sich nicht auch an einer Fernsehserie versucht hätte – und nicht immer kann man in diesen Fällen von *«quality television»* sprechen. Keiner dieser Regisseure hat jedoch das Kino dafür aufgegeben.

So müssen wir wohl oder übel nach einem anderen Schuldigen für den angeblichen Qualitätsverlust Ausschau halten. Das Geld oder die Gier danach ist immer ein guter Kandidat. Seit Hollywood den Filmmarkt beherrscht – und das heißt seit etwa hundert Jahren –, wird immer wieder zu dieser Karte gegriffen, um Filme aus Hollywood zu diffamieren. Es ist nicht so, dass Hollywood nur gute Filme macht, weil hier das meiste Geld gezahlt – und verdient – wird, aber das Gegenteil trifft ebenso wenig zu: Man kann wohl kaum sagen, dass nur schlechte Filme aus Hollywood kommen. In der Wahrnehmung scheint immer die allerjüngste Zeit durch

6 Das klingt fast wie der Erfolg von *Star Trek – The Original Series*, die auch erst durch ihre Wiederholung an Prestige gewann.

7 Ganz im Gegenteil zu John Woos *MISSION: IMPOSSIBLE II* (USA 2000), der eher so auftritt, als wäre er das letzte Wort zur Reihe.

8 Vgl. zum Begriff und seiner Geschichte Blanchet, Robert (2011): «Quality TV: Eine kurze Einführung in die Geschichte und Ästhetik neuer amerikanischer TV-Serien». In: Blanchet, Robert / Köhler, Kristina / Smid, Tereza / Zuvatern, Julia (Hg.): *Serielle Formen. Von den frühen Film Serials zu aktuellen Quality-TV- und Online-Serien*. Marburg, S. 37–70.

Geld korrumpierbar, die gute alte Zeit dagegen nicht.⁹ Zwei Stimmen, die relativ nah dran sind, schlagen in diese Kerbe. Lynda Obst, als Produzentin u. a. verantwortlich für Filmen wie *THE FISHER KING* (USA 1991, Terry Gilliam) oder *SLEEPLESS IN SEATTLE* (USA 1993, Nora Ephron), wählt 2001 zum Jahr des Übergangs von einer Ära zu einer gänzlich neuen, die sie «New Abnormal» tauft: «The proliferation of giant franchises nearly year-round is both a sign of the end of the Old Abnormal and the imprimatur of the New Abnormal.»¹⁰ Ihrer Meinung nach drängen diese Großproduktionen das, was sie im emphatischen Sinne «movies» nennt,¹¹ aus dem Geschäft, Filme also, die auf einem Original-Skript basieren und weder eine Fortsetzung sind noch eine anstreben: «Pictures are now chosen for reasons, we will see, based not on gut as in Sherry's day – or David O. Selznick's, for that matter – but on whether they are properties that can be marketed into international franchises.»¹²

«Franchises» und nicht mehr «movies» sind nun das Produkt der Filmindustrie. Sherry, i.e. Sherry Lansing, die langjährige CEO bei Paramount – wir erinnern uns, dass die Franchises mit JJ Abrams Beteiligung, also sowohl *MISSION IMPOSSIBLE* als auch *STAR TREK*, von Paramount produziert wurden –, steht hier noch für das «Old Abnormal». 2004 musste sie gehen und wurde von Brad Grey abgelöst. Auch der andere Beobachter der Szene, Edward Jay Epstein, ein Journalist mit enorm guten Kontakten, hat diesem Führungswechsel besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Brad Grey wird von ihm eingeführt als «television producer and talent manager».¹³ Er gehört zu dem Typus des aufsteigenden Netzwerkers, der durch seine Beziehungen zum Studiochef befördert wird – Michael Ovitz ist das Paradigma für eine solche Karriere. Insofern steht er mehr für den Verwalter von kulturellem Kapital als für Kreativität. Sherry Lansing hatte dagegen einen echten Background im Filmgeschäft, nicht nur weil sie mit William Friedkin verheiratet ist. Grey dagegen kommt aus dem Fernsehgeschäft – allerdings ist er auch beteiligt an einer Serie, die mitverantwortlich ist für die Etablierung des Begriffs «*quality television*»: *The Sopranos* (USA 1999–2007, David Chase).

Für Epstein ist es weniger die Konzentration auf *Franchises*, die Greys Regentschaft auszeichnet – schließlich ging *MISSION IMPOSSIBLE* noch auf das Konto von Lansing –, sondern eher der Verlust eigenständiger Entwicklung von Projekten: Grey kaufe lieber Dreamworks, um sich mit solchen zu versorgen.¹⁴ Hier lässt sich

9 Siehe zu der Tendenz, unreflektiert binäre Oppositionen zur Grundlage historischer Periodisierungen zu machen, Staiger, Janet (2000): *Perverse Spectators. The Practices of Film Reception*. New York, London.

10 Obst, Lynda (2013): *Sleepless in Hollywood. Tales from the NEW ABNORMAL in the Movie Business*. New York, NY, S. 7.

11 Siehe ebd., S. 10: «Movies are now an endangered species in the very place that makes them.»

12 Ebd., S. 4f.

13 Epstein, Edward Jay (2010): *The Hollywood Economist. The Hidden Financial Reality Behind the Movies*. Brooklyn, NY, S. 146.

14 Ebd., S. 148: «Paramount got thirty-odd Dreamworks projects – including *DREAMGIRLS* and *TRANSFORMERS* – to replace the Dolgen-Lansing development projects.»

vielleicht die Diskussion auf eine eher allgemein gesellschaftliche Ebene verlagern. Ist dieser Verlust an Kreativität entgegen der Ubiquität des Begriffs nicht ein Charakteristikum der Gegenwartsgesellschaft? David Graeber hat diese Mentalität mit der «totalen Bürokratisierung» auf den Begriff gebracht.¹⁵ Die Verwalter haben die Kontrolle übernommen und sind nur noch damit beschäftigt, den *status quo* zu stabilisieren; für Graeber heißt das natürlich, jegliche Alternative zum Kapitalismus auszuschließen. Die Bürokratisierung gehe so weit, dass selbst alternative Zukunftsvisionen von diesem Geist des Kapitalismus aufgezehrt würden, neben ganz handfesten Umschichtungen der Investitionen:¹⁶

Wenn das Ziel des neoliberalen Kapitalismus letztlich darin besteht, eine Welt zu schaffen, in der niemand mehr den Glauben an ein anders funktionierendes Wirtschaftssystem besitzt, dann muss er aus diesem Grund nicht nur jeden Gedanken an eine erlösende Zukunft unterdrücken, sondern auch jede radikal verschiedene technologische Zukunft.¹⁷

Er diskutiert u. a. auch *Star Trek* als Teil einer solchen visionären Science Fiction, die zumindest noch die Möglichkeit einer (anderen) Zukunft im emphatischen Sinne in Aussicht gestellt habe. Was uns das 21. Jahrhundert allerdings beschert habe, rufe in uns rückblickend ein Gefühl der Scham, eine heimliche Enttäuschung hervor, und die postmoderne Befindlichkeit sei «als ein Nachsinnen über technologische Veränderungen zu verstehen [...], die ausgeblieben sind.»¹⁸ In diesem Kontext diskutiert er auch den Boom des Fantasy-Genres. Vivian Sobchacks Überlegungen zu einer regelrechten Verdrängung der Science Fiction durch Fantasy gehen in eine ganz ähnliche Richtung.¹⁹ Sie sieht – genau wie Obst – das Jahr 2001 als Wendepunkt:

2001, however, was the year that inaugurated major changes in the industry's attitudes toward fantasy for (now obvious) economic and technological reasons related to the year's two blockbusters. Both HARRY POTTER and LORD OF THE RINGS were

15 Graeber, David (2016): *Bürokratie. Die Utopie der Regeln*. Stuttgart, S. 55.

16 Siehe ebd., S. 148: «Beginnend in den Siebzigerjahren, gab es anscheinend eine grundlegende Verlagerung der Investitionen; von Technologien, die mit der Möglichkeit der Schaffung alternativer Zukunftswelten verbunden waren, hin zu Technologien, die Arbeitsdisziplin und soziale Kontrolle fördern.»

17 Ebd., S. 178.

18 Ebd., S. 134. Daran ändern auch die gerade grassierenden Dokumentationen zu *Star Trek* wie etwa BUILDING STAR TREK (USA 2016, Mick Grogan) nichts, die sich u. a. dafür interessieren, welche in der Serie entworfenen Technologien tatsächlich machbar sind bzw. wären. Das Ergebnis ist dann doch eher ernüchternd.

19 Sobchack, Vivian (2014): «Sci-Why?: On the Decline of a Film Genre in an Age of Technological Wizardry». In: *Science Fiction Studies*, Vol. 41, No. 2 (July), S. 284–300. Wenn auch ihre Erklärung des Phänomens in eine andere Richtung läuft. Für sie ist die Nutzung digitaler Medien mitursächlich für das Aufkommen magischen Denkens und damit für die Empfänglichkeit in Sachen Fantasy.

adaptations of beloved and widely known books, and name recognition was a major factor in their production.²⁰

Die Frage ist, wohin uns das alles führt, insbesondere was die Beurteilung von JJ Abrams' *STAR TREK* betrifft. Immerhin handelt es sich eindeutig um einen Science-Fiction-Film. Oder ist das vielleicht nicht so eindeutig?

2 Originale

Gehen wir noch einmal zurück zur Frage der Kreativität. Ist sie im eben skizzierten Rahmen überhaupt noch möglich? Epstein erzählt eine Geschichte über Originalität in Hollywood. Paramount habe ein Projekt, das als Paket inklusive Stars, Drehbuch und anerkanntem Regisseur angeboten wurde, mit folgenden Worten abgelehnt: «It's a terrific idea, too bad it has not been made into a movie already or we could have done the remake.»²¹ Epstein meint, das sei typisch. Es gäbe vier Typen von Filmen, die produziert werden: «remakes (such as *KING KONG*), sequels (such as *STAR WARS: EPISODE III*), television spin-offs (such as *MISSION IMPOSSIBLE*), or video game extensions (such as *LARA CROFT: TOMB RAIDER*).»²² Das scheint uns zumindest einen Hinweis zu geben, warum *STAR TREK* grünes Licht bekommen hat. Gehen wir den aufgeworfenen Fragen also nach, indem wir zwei weitere hinzufügen: Welcher Kategorie gehört der Film an? Und wieviel Originalität besitzt er vielleicht trotzdem?

Wenn es auch, wie gesehen, um die Originalität in der Filmindustrie vermeintlich eher schlecht aussieht – die Klage um ihren Verlust ist ebenso weit verbreitet wie undifferenzierte Bemerkungen dazu –, so gibt es doch Stimmen, die dem konstatierten Verlust etwas Positives entgegensetzen wollen. Aus filmwissenschaftlicher Sicht wären da Studien zu nennen, die sich den vier Typen von unoriginellen Filmen annehmen. Das Remake ist schon länger ein Objekt wissenschaftlicher Auseinandersetzung. So schreiben beispielsweise Andrew Horton und Stuart Y. McDougal in der Einleitung zu ihrem Sammelband über Remakes ganz in diesem Sinne:

Remakes, in fact, problematize the very notion of originality. More so than many other kinds of films, the remake and, as we shall see, the makeover – a film that quite substantially alters the original for whatever purpose – invite and at times demand that the viewer participate in both looking at and reading between multiple texts.²³

Es geht also eher um die Einbeziehung des Zuschauers, der in ein Spiel aus Wiedererkennung und Abweichung eingesponnen wird. Erfordert es also eine neue

20 Ebd. S. 288.

21 Epstein: *The Hollywood Economist*, S. 185.

22 Ebd.

23 Horton, Andrew / McDougal, Stuart Y. (1998): «Introduction». In: Dies. (Hg.): *Play It Again, Sam: Retakes on Remakes*. Berkeley, CA, S. 1–11, hier S. 4.

Ästhetik, die einem solchen Gegenstand angemessen wäre? Das fragt zumindest auch Umberto Eco, der im Motto dieses Artikels bereits zitiert wurde.²⁴

Die Autoren eines gerade erschienenen Sammelbands, der sich den unoriginellen Phänomenen unter dem Begriff «*multiplicities*» annimmt, gehen dieser Frage ebenfalls nach. Während die ästhetische Doktrin der Moderne nach unbedingter Originalität verlange und auf Geschlossenheit und Stimmigkeit abstelle, seien die Produktionen von Film und Fernsehen damit nur unzureichend zu erfassen: «Commercial cinema and television have been essentially defined by the genres, series, remakes, adaptations, cycles, remakes, reboots, and spin-offs that enable the continuing provision of a sameness marked indelibly by difference.»²⁵ Dies ergebe sich schon aus der ökonomischen Orientierung der Film- und Fernsehindustrie auf Massenproduktion, die wiederverwertbare Formate bevorzuge und Regularität anstrebe. Aber auch auf Seiten des Zuschauers gibt es nicht nur das Begehren nach Neuem. Was wir als Zuschauer wollen, ist immer auch ein Nachhall dessen, was wir gesehen haben.²⁶ Der Zuschauer will nicht nur Neues sehen, genauso stark ist das Verlangen nach Wiederholung: «[T]here is a desire for continuation or repetition that the original cannot satisfy.»²⁷ Dem kam und kommt die Industrie natürlich gerne nach. Auch wenn Film- und Fernsehproduktion von Beginn an solche zyklischen Formen bereitstellte,²⁸ so sehen auch die Theoretiker der «*multiplicities*» eine neue Qualität im Versprechen auf Unabgeschlossenheit, das die gegenwärtige Produktionskultur kennzeichnet:

Entertainment now includes the promise that pleasure does not have to end after the lights go up or the series finale airs, that limits can always be exceeded by what the immediate future will bring if only the viewer will return. The moment of enjoyment is thus ritualistically preceded (and its possible satisfaction, in effect, undermined) by an enticing prospect. The essence of the institution, and not just the text, is thus this carefully calculated instability.²⁹

JJ Abrams ist im wahrsten Sinne ein Kind dieser Kultur – seine Eltern waren Fernsehproduzenten – und sein STAR TREK ist durch und durch ihr Produkt. Man ist

24 Seine Überlegungen gehen vom Fernsehen aus, greifen aber weiter aus und diskutieren Serialität und Wiederholung als Signaturen der Gegenwart.

25 Klein, Amanda Ann / Palmer, R. Barton (2016): «Introduction». In: Dies. (Hg.): *Cycles Sequels, Spin-Offs, Remakes, and Reboots. Multiplicities in Film and Television*. Austin, S. 1–21, hier S. 3.

26 Auf diese Dialektik von Kinoindustrie und Zuschauerpsychologie hat schon Christian Metz hingewiesen: «Die *Lust, ins Kino zu gehen*, ist wie ein von der Filmindustrie geformter Widerschein, doch sie ist auch ein realer Bestandteil des Gesamtmechanismus dieser Industrie» (Metz, Christian (2000): *Der imaginäre Signifikant. Psychoanalyse und Kino*. Münster, S. 17).

27 Klein/Barton: «Introduction», S. 4.

28 Ebd. S. 9: «Self-cannibalizing cycles and sequels, and even the practice of making films out of toys and board games, are filmmaking strategies dating back to the industry's first decade, not a symptom of contemporary culture's inability to create anything new.»

29 Ebd. S. 5 f.

versucht zu sagen, er verkörpert sie in Reinkultur, würde sie sich nicht eben gerade durch Unreinheit und Uneigentlichkeit auszeichnen. Zunächst einmal lässt sich fragen, was JJ Abrams' STAR TREK überhaupt ist. Er kombiniert die oben genannten Typen von Filmen, die heutzutage von den Studios geschätzt werden: *Remake*, *Sequel*, *TV-Spin-Off* – und auch wenn der Film nicht auf einem Videospiele basiert, so sind einige *Star Trek*-Spiele auf dem Markt. Gleichzeitig stellt STAR TREK diese Kategorien in Frage, nicht nur weil er sich einer eindeutigen Zuordnung widersetzt, sondern weil er auf textueller Ebene seine eigene Kategorisierbarkeit verhandelt – so zumindest die These von Daniel Whiting in seinem Text «Is Abrams's STAR TREK a STAR TREK Film».³⁰

Am ehesten handelt es sich wohl um ein *Franchise Reboot*. Ein solches liegt vor, wenn «durch Umbesetzung der Hauptfiguren und/oder Änderung der narrativen Prämissen die Serie eine Art Neustart vornimmt.»³¹ Oder in den Worten von William Proctor: «A remake is a reinterpretation of *one* film; a reboot <re-starts> a *series* of films that seek to disavow and render inert its predecessor's validity.»³² Paradebeispiel hierfür ist Christopher Nolans Batman-Trilogie, *BATMAN BEGINS* (USA 2005), *THE DARK KNIGHT* (USA 2008) und *THE DARK KNIGHT RISES* (USA 2012), der sowohl bei der Kritik als auch beim Publikum ankam. Der *Reboot* hat allerdings einen schlechten Ruf, allzu sehr scheinen hier finanzielle Interessen im Vordergrund zu stehen. Proctor hat deshalb versucht, das Phänomen ein wenig differenzierter darzustellen:

[T]he reboot strategy is indicative of a critical and astute audience: if cinemagoers accepted Hollywood product without question or discernment, the film industries could simply spin out sequel after sequel, without worrying about box office receipts because *everything* would sell, regardless of quality or taste. As we will see, the profit principle is only one of many factors governing the reboot's *raison d'être*.³³

Der *Reboot* stellt hier den Versuch dar, den Zuschauer wieder neu an das *Franchise* zu binden, ist mithin Reaktion auf einen beobachteten oder angenommenen Attraktionsverlust. Es mag aber vielleicht nur darum gehen, neue, jüngere Zuschauer für das *Franchise* zu finden. Bei STAR TREK ist das sicher nicht von der Hand zu weisen, allerdings durfte der Bezug zum «Original» – und das heißt natürlich auch zu den eingefleischten Trekkies – nicht fehlen³⁴. Deshalb stand ein einfaches

30 Whiting, Daniel (2014): «Is Abrams's STAR TREK a STAR TREK Film». In: Brace, Patricia / Arp, Robert (Hg.): *The Philosophy of JJ Abrams*. Lexington, Ken., S. 189–203.

31 Junklewitz, Christian / Weber, Tanja (2011): «Die Cineserie. Geschichte und Erfolg von Filmserien im postklassischen Kino». In: Blanchet, Robert / Köhler, Kristina Smid, Tereza / Zuvatern, Julia (Hg.): *Serielle Formen. Von den frühen Film Serials zu aktuellen Quality-TV- und Online-Serien*. Marburg, S. 337–356, hier S. 347.

32 Proctor, William (2012): «Regeneration & Rebirth: Anatomy of the Franchise Reboot». In: *Scope: An Online Journal of Film and Television Studies*, 22, February (7.10.2016), S. 4.

33 Ebd., S. 2.

34 Siehe ebd., S. 5: «pressing the reboot button does not eradicate the iconographic memory of the cultural product.»

Überschreiben der Vorlage, bei dem diese gelöscht wird, außer Frage. Der Film musste Nähe und Abstand gleichzeitig kommunizieren.³⁵

Auch wenn JJ Abrams' Film nicht rückhaltlos gefeiert wurde, so hat er doch seine Anhänger gefunden – und finanziell war er ein Erfolg: Immerhin startete der dritte Film des *Reboots* dieses Jahr und ein vierter ist in Planung. Die Beiträge zu dem Sammelband *The Philosophy of JJ Abrams* sind sich zumindest einig: Abrams hat seine Sache gut gemacht. Geglückt ist der *Reboot* insbesondere, weil er sich eines besonderen Tricks bedient hat. Der Kniff, über eine Zeitreise eine alternative Zeitlinie einzuführen, die nahe am Original, aber auch – mehr oder weniger – begründete Abweichungen erlaubt, wird als Mittel gepriesen, dem Konflikt von Nähe und Abstand beizukommen: «While the use of the alternate timeline allows Abrams to depart from the known *Trek* storyline, he remains faithful to the essence of the characters portrayed in *The Original Series*.»³⁶ Im Sinne von Whiting lässt sich auch eine Textstelle finden, die auf dieses Verfahren Bezug nimmt: Der junge Kirk sagt zum alten Spock – unter Fans Spock Prime genannt –, der, dargestellt von Leonard Nimoy, tatsächlich der ursprünglichen Linie entspringt und damit eine handfeste Verbindung zu dieser stiftet: «Coming back in time, changing history ... That's cheating.» Spock antwortet: «A trick I learned from a friend.» Er spielt damit auf Kirks Verhalten beim *Kobayashi Maru*-Test an, der u. a. in *STAR TREK II: THE WRATH OF KHAN* (USA 1982, Nicholas Meyer) eine wichtige Rolle spielt, im laufenden Film allerdings auch seinen Platz hatte. Dieser Test ist eine Art Charakterprüfung und eigentlich nicht zu bestehen. Kirk hatte allerdings die Parameter der Simulation geändert und so die Situation gemeistert. Im anschließenden Disput mit dem jungen Spock rechtfertigt er sich, indem er angibt, nicht an «no-win scenarios» zu glauben.

Es geht also um echte Alternativen und den Glauben an die Zukunft, die hier auf dem Spiel stehen, genau diejenigen Eigenschaften also, die uns nach Graebers Meinung im Neoliberalismus abhanden gekommen sind. Wie lässt sich JJ Abrams' *STAR TREK* in diesem Rahmen verorten?

Immerhin zeichnete dieser Glaube an die gestalterische Möglichkeit der Zukunft bereits Kirks Vater aus. Das zumindest äußert Captain Pike, der für Kirk eine Art Ersatzvater darstellt, ihm gegenüber in einem mahnenden Gespräch. Die ganze ödipale Problematik, die der Film aufspannt, kann wiederum leicht auf das Verhältnis von *Reboot* und Original übertragen werden: «Kirk's life seems to embody

35 Auch wenn es sich bei *STAR WARS: THE FORCE AWAKENS* (USA 2016, JJ Abrams) nicht um ein *Reboot* handelt, so ist der Umgang mit dem *STAR WARS*-Erbe auf eindrucksvolle Weise durch die enormen Wracks, durch die sich die Figuren im ersten Teil des Films bewegen, ins Bild gesetzt.

36 Foy, Joseph: «Abrams, Aristotle, and alternate worlds. Finding Friendship in the Final Frontier». In: Brace, Patricia / Arp, Robert (Hg.): *The Philosophy of JJ Abrams*. Lexington, Ken., S. 151–162, hier S. 152. Siehe auch im selben Band Fyfe, Andrew: «You can't change the past. The Philosophy of Time Travel in *STAR TREK* and *Lost*», S. 237–253, hier S. 249: «In *STAR TREK* time travel serves as a practical storytelling tool, allowing Abrams to tell an origin story of the crew of the *Enterprise* that allows the future to unfold differently than the rest of the *Star Trek* franchise but without undermining the value of those shows and films by telling a story in which they are made to no longer exist.»

the situation of STAR TREK itself – both to stand in an uncertain relationship to predecessors of the same name and to unfold in a way that is not predetermined by established precedent.»³⁷ Auch Darren Franich hat darauf hingewiesen: «Much of this new Kirk's internal drama focuses on his parental issues, on the struggle of living up to the example set by the man who named you.»³⁸ In der auffällig sinnfreien, entfesselten Kamera sieht Franich zudem ein infantiles Aufbegehren: «It is so silly, and meaningless, and I kind of love it. Maybe Abrams really is little kid Kirk, driving an expensive car way over the speed limit, but the energy in those moments is palpable.»³⁹ Während Franich diesem kindlichen Spieltrieb etwas Positives abgewinnen mag, urteilt Deborah Tudor nicht so milde. Abrams' Ästhetik, u. a. die oft gescholtenen *lens flares*, führt sie auf eine ihr zugrunde liegende Ideologie zurück:

His aesthetic strategies aim to reduce or suppress the presence of digital effects on-screen. This approach to digital technology reveals a certain nostalgia for film, one that echoes Star Trek's resurrection of its own cultural history. This dual nostalgia operates to construct a futuristic world that revisions U.S. cultural past, while ignoring narrative references to contemporary political events.⁴⁰

Diese Nostalgie äußert sich für sie auch im Beharren auf die ursprüngliche Zusammensetzung der Crew, die für die sechziger Jahre progressiv gewirkt haben mag, heutigen Ansprüche an Diversität aber wohl kaum gerecht wird.⁴¹ Dieser STAR TREK wirkt weniger wie ein Science-Fiction-Film als eine zynische Form des *Brand Managements*.⁴² Dazu passt der massive Einsatz von *Product Placement*:

Little Kirk steals his dad's Corvette™ and plays the Beastie Boys on a touchscreen Nokia™. As a grown-up, he orders Jack Daniel's Tennessee Whiskey™; Uhura prefers Budweiser™. This is not the first time present-day brands have appeared in STAR TREK, but it is the first time the product placement *feels* advertorial – and the mere presence of a Nokia phone weirdly makes TREK '09 feel like more of a period piece than any of the films that came before it.⁴³

37 Whiting: «Is Abrams's STAR TREK a STAR TREK Film», S. 193.

38 Franich: «Searching for J. J. Abrams in his first STAR TREK movie».

39 Ebd.

40 Tudor, Deborah (2010): «Light bouncing: digital processes illuminate the cultural past». In: *Jump Cut: A Review of Contemporary Media*, No. 52, summer. <http://www.ejumpcut.org/archive/jc52.2010/deeDigitalCinematog/index.html> (7.10.2016).

41 Siehe ebd.: «However, rather than construct a contemporary vision of diversity equivalent to that of the 1960s series, this film slavishly recreates that same breakdown of characters, which no longer looks so diverse.»

42 Siehe dazu auch Tudor, Deborah (2011): «Twenty-first Century Neoliberal Man». In: Kapur, Jyostna / Wagner, Keith B. (Hg.): *Neoliberalism and Global Cinema. Capital, Culture and Marxist Critique*. New York, London, S. 59–75, hier S. 68: «Keeping the characters reassuringly similar to the ones in the original series allows the film to recirculate a proven genre formula, without making too many changes that would destroy the *Star Trek* brand.»

43 Franich: «Searching for J. J. Abrams in his first STAR TREK movie».

Die von STAR TREK entworfene Zukunft erscheint wie der Traum des Neoliberalismus: Es gibt keine Staaten mehr, aber immer noch Marken. Man kann Franich nur zustimmen, wenn er das folgendermaßen zusammenfasst: «This strikes me as the single most cynical and probably accurate prediction about our future that *Star Trek* has ever made.»

STAR TREK ist kein Science-Fiction-Film. Die Zeitreise geht nicht Richtung Zukunft. Abrams zapft das utopische Potenzial der sechziger Jahre an, ohne selbst visionär zu sein. Wir können nur noch an Visionen partizipieren, wenn wir uns in eine Gegenwart versetzen, die solche noch zuließ. Eine solche Nostalgie zu evozieren, ist die große Stärke von Abrams. In SUPER 8 (USA 2011) geht es um eine Gruppe von Teenagern, die einen Low-Budget Horrorfilm drehen. Während des Drehs dokumentiert die Gruppe zufällig ein Zugunglück, bei dem ein vom Militär gefangen gehaltenes Monster ausbricht. Für die jungen Filmemacher ist das willkommener «Production Value». Die Jugendlichen verhelfen dem Monster daraufhin zur Rückkehr auf seinen Planeten – ein typischer Spielberg-Film, wie Franich bemerkt hat. Während des Abspanns läuft dann der fiktive Low-Budget Film. *Dieser* kurze Film hat mich umgehauen. Er reproduziert kunstvoll unser Begehren nach Nostalgie. Er sagt: Man kann mit Witz und Einfallsreichtum allen Widerständen zum Trotz gute Filme machen. Man möchte das so gern glauben, vergisst dabei aber glatt, dass die Konzerne ein Wort mitzureden haben.⁴⁴

44 Abrams entwirft genau diese Ideologie auch in seinen Reden. Siehe http://www.ted.com/talks/j_j_abrams_mystery_box/transcript?language=en (3.10.2016): «The most incredible sort of mystery, I think, is now the question of what comes next. Because it is now democratized. So now, the creation of media is – it's everywhere. The stuff that I was lucky and begging for to get when I was a kid is now ubiquitous. And so, there's an amazing sense of opportunity out there. And when I think of the filmmakers who exist out there now who would have been silenced, you know – who have been silenced in the past – it's a very exciting thing.»

Abbildungsverzeichnis

Titelgrafik:

Aus: *Star Trek: «Shore Leave»* (S1/E17, 1966)

Bernd Stiegler

Abb. 1: «The Omega Glory» (SII/E54, 1968)

Abb. 2: «The City on the Edge of Forever» (SI/E28, 1967)

Abb. 3: «The Omega Glory» (SII/E54, 1968)

Abb. 4: «Plato's stepchildren» (SIII/E67, 1968)

Viktor Konitzer

Abb. 1: Gemeinfreies Eigentum der NASA, <http://www.hq.nasa.gov/office/pao/History/alsj/a410/AS8-13-2329HR.jpg> (03.09.16).

Abb. 2: Stammt vom Verfasser

Abb. 3: Rick Sternbach, Michael Okuda: *Die Technik der U.S.S. Enterprise. Das offizielle Handbuch.* Königswinter 2005, S. 12 (Abb. 1.2.2).

Abb. 4: Rick Sternbach, Michael Okuda: *Die Technik der U.S.S. Enterprise. Das offizielle Handbuch.* Königswinter 2005, S. 16 (Abb. 1.3.4).

Abb. 5: Herman Zimmerman, Rick Sternbach, Doug Drexler: *Star Trek – Deep Space Nine. Das technische Handbuch.* Königswinter 1999, S. 33.

Abb. 6: Rick Sternbach, Michael Okuda: *Star Trek – Voyager – Technical Guide Version 1.0*, unveröffentlichter Entwurf von Paramount Pictures, S. 8. Vgl. http://www.radioamatore.info/attachments/755_Star%20Trek%20Voyager%20Technical%20Manual.pdf (03.09.16).

Abb. 7: Ben Robinson, Marcus Riley: *U.S.S. Enterprise. Technisches Handbuch.* Königswinter 2011, S. 148.

Beate Ochsner

Abb. 1: Der Holodoktor, <http://www.robertpicardo.net/holodoc/holodoc.html> (5.10.2016).

Christoph Büttner

Abb.1 *Deep Space Nine*: «Paradise» (S02E15, 1994) TC 0:06:29

Abb 2: *Deep Space Nine*: «Paradise» (S02E15, 1994), TC 0:44:29

Abb 3: *Deep Space Nine*: «In the Pale Moonlight» (S06E19, USA 1999) TC 0:00:04

Markus Spöhrer

Abb. 1: Fry und Zoidberg im Kampf um Leben und Tod, <http://futura.wiki.com/wiki/Claw-Plach> (20.10.2016)

Abb. 2: Spock gegen Kirk, http://reflectionsonfilmandtelevision.blogspot.de/2012_01_22_archive.html (20.10.2016)

Abb. 3 und 4: DVD *Futurama* Season 4 (Disc 3), Twentieth Century Fox Home Entertainment (2004). (Episode 11: «Where No Fan Has Gone Before» / «Der letzte Trekkie»)

Abb. 5: Dikironium Wolkenwesen aus *Obsession* (S2/E16), http://memory-alpha.wikia.com/wiki/Dikironium_cloud_creature (20.10.2016)

Abb. 6: Mellvar, Fry und Welchie, aus: DVD *Futurama* Season 4 (Disc 3), Twentieth Century Fox Home Entertainment (2004). (Episode 11: *Where No Fan Has Gone Before* / *Der letzte Trekkie*)