

Jane Roscoe; Peter Hughes

Die Vermittlung von "wahren Geschichten". Neue digitale Technologien und das Projekt des Dokumentarischen

1999

<https://doi.org/10.25969/mediarep/54>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Roscoe, Jane; Hughes, Peter: Die Vermittlung von "wahren Geschichten". Neue digitale Technologien und das Projekt des Dokumentarischen. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Jg. 8 (1999), Nr. 1, S. 134–153. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/54>.

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.

JANE ROSCOE / PETER HUGHES

Die Vermittlung von „wahren Geschichten“ Neue digitale Technologien und das Projekt des Dokumentarischen

Abstract

Der folgende Artikel beschäftigt sich mit der Frage, wie das Projekt des Dokumentarischen in der Vergangenheit, der Gegenwart und der Zukunft versucht hat, wahre Geschichten zu vermitteln. Nach einem kurzen Überblick über das „Projekt des Dokumentarischen“ und dem Aufkommen neuer digitaler Technologien untersucht der Artikel zunächst das Ausmaß, in dem diese technologischen Entwicklungen den Dokumentarfilm zwingen, den Anspruch der Wiedergabe wahrer Geschichten neu zu überdenken und zu überarbeiten; danach zeigen wir auf, welche Stellung in diesem Kontext der neuen Kommunikationsformen dem Publikum zugeschrieben wird, und drittens beschäftigen wir uns damit, wie die Zukunft des dokumentarischen Projekts mit der zukünftigen Entwicklung einer neuen multimedialen Digitaltechnologie-Kultur verbunden ist. Die Auseinandersetzung mit dieser Thematik konzentriert sich im vorliegenden Artikel auf den abendfüllenden Dokumentarfilm *THE ATOMIC CAFE* (USA 1982, Kevin Rafferty, Pierce Rafferty, Jayne Loader) und sein multi-mediales Äquivalent, Jayne Loaders interaktive CD-ROM *PUBLIC SHELTER*.

Einleitung: Das Projekt des Dokumentarischen

Es gibt viele verschiedene dokumentarische Formen, und die historischen Veränderungen des Dokumentarfilms führen dazu, daß sich auch die Kategorie des Dokumentarischen ständig verändert. Dadurch sind die traditionellen Paradigmen des Dokumentarfilms und seine Wahrheitsansprüche immer problematischer geworden. In jeder Diskussion zum Dokumentarfilm gibt es jedoch implizite Annahmen, die im modernistischen Projekt des Dokumentarfilms verankert sind. Ontologisch wird der Dokumentarfilm oft aufgrund seines referentiellen Zeichencharakters als spezifisches Genre mit besonderem Bezug zur Wirklichkeit betrachtet. Epistemologisch erhebt der Dokumentarfilm den Anspruch, vorgefundene Wirklichkeit aufzuzeichnen, zu enthüllen und zu interpretieren – und man geht davon aus, daß die Funktion des Dokumentarfilms darin bestehe,

durch Aufzeichnen und Enthüllen der äußeren Wirklichkeit die Zuschauer zu informieren und weiterzubilden. Darüber hinaus nimmt man an, daß die durch den Dokumentarfilm ausgelösten Veränderungen von Meinungen und Wertvorstellungen zu Veränderungen der sozialen Situation führten.

Der Begriff „Projekt des Dokumentarischen“ erlaubt – trotz seiner Problematik – eine Diskussion des Dokumentarfilms weniger auf der Basis dessen, was er ist, sondern vielmehr dessen, was er erreichen will. Die Vorstellung einer Projektivität des Dokumentarischen charakterisiert den Dokumentarfilm als dynamisch und historisch bedingt und, was für unseren Zusammenhang besonders wichtig ist, als etwas, das nicht an bestimmte Medien gebunden ist: Das Projekt des Dokumentarfilms kann im Film, im Fernsehen oder möglicherweise auch in interaktiven Multimedien verfolgt werden. Die spezifische Ausformung des Projekts des Dokumentarfilms ist jedoch nicht unabhängig vom gewählten Medium: Es werden unterschiedliche rhetorische Strategien und Formen der Adressierung des Publikums verwendet, die unterschiedliche Epistemologien mit sich bringen. Man kann also nicht davon ausgehen, daß das, was für den Film gilt, auch fürs Fernsehen oder die neuen digitalen Medien gilt. So wirft die Beziehung zwischen dem Projekt des Dokumentarischen und den interaktiven Multimedien Fragen auf, die wir aus der Diskussion anderer Medien kennen, beispielsweise Fragen im Hinblick auf das Publikum, die Bedeutungsstruktur und die Rhetorik.

Wenn wir das Projekt des Dokumentarfilms in seinem historischen Kontext betrachten, verdeutlicht die Bewegung vom Kino zum Fernsehen und zur Videoaufzeichnung zu Hause die generelle Entwicklung von öffentlichen zu immer privateren Formen des Dokumentarfilms und die damit verbundene Fragmentarisierung und Privatisierung des Publikums (Hughes 1997). Im Bereich der Produktion und Rezeption des Dokumentarfilms war das Kino als Abspielort für Dokumentarfilme ein Medium, das öffentlicher war als das Fernsehen, wobei die neuen digitalen Medien wiederum noch individualisierter und privater sind als das Fernsehen.

Der Unterschied zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre verschwindet heute zunehmend. Die Medien haben sich über das Fernsehen hinaus zu einer neuen Medienlandschaft entwickelt, die als das „zweite Medienzeitalter“ bezeichnet worden ist (Poster 1994). In dieser neuen Medienlandschaft ist das Fernsehen nicht mehr das dominante Paradigma, sondern nur noch ein Kommunikationsmodell innerhalb einer weitaus größeren Informationsökonomie.

Wahrheitsdiskurse

In der modernistischen Ausformung des Dokumentarfilms wurde die Leinwand als Forum für die Vermittlung wahrer Geschichten betrachtet. Die privilegierte

gesellschaftliche Stellung des Dokumentarfilms beruhte auf seinem Versprechen, die akkurateste und wahrheitsgetreueste Wiedergabe der soziohistorischen Welt zu sein. Dieses Versprechen führte gemeinhin dazu, daß mit dem Dokumentarfilm die Vorstellung (und Erwartung) verbunden wurde, der Garant für Wissen und Wahrheit über ein bestimmtes Ereignis und einen bestimmten Gegenstand zu sein. Traditionellerweise ging man davon aus, daß der klassische Dokumentarfilm seine Wahrheitsansprüche nicht reflektiere, ja sogar, daß er seine epistemologischen Annahmen für selbstverständlich halte. Diese Annahmen werden bis zu einem bestimmten Grad vom Dokumentarfilm-Publikum untermauert. Das Publikum erwartete von einem Dokumentarfilm, daß er einen wahrheitsgemäßen und wohlinformierten Bericht der Ereignisse und des Gegenstandes biete: Dies ist Teil dessen, was Nichols (1991) „documentary mode of engagement“ genannt hat, also die Art und Weise, wie man sich auf einen Dokumentarfilm einläßt. Wie Kilborn und Izod nahelegen, tendiert der Dokumentarfilm dazu, den Zuschauern die Position von potentiellen Wissensempfängern zuzuschreiben:

Das Publikum erwartet vom Dokumentarfilm, daß er ihm Erfahrungen vermittele, die unter anderem über gesellschaftliche Zusammenhänge aufklären oder den Wissensstand erweitern (Kilborn/Izod 1997, 230). Damit soll nicht gesagt werden, daß das Publikum passiv sei oder durch den Dokumentarfilm manipuliert werde, sondern eher, daß das Betrachten eines Dokumentarfilms bestimmt werde von Annahmen, die die Zuschauer und Zuschauerinnen selbst machen. Der Dokumentarfilm kann auch deshalb immer noch „Wahrheitsansprüche“ anmelden, weil die Zuschauer vom Dokumentarfilm erwarten, daß er Wahrheit, Fakten und Wissen vermittelt.

Herausforderungen an das dokumentarische Projekt

Eine Reihe technischer und institutioneller Entwicklungen fechten allmählich die privilegierte Stellung des Dokumentarfilms an, wobei die neuen Digitaltechnologien vielleicht die größte Herausforderung darstellen. Becker (1991) weist auf die zunehmende Bedeutung hin, die die Entwicklung der Photo-technologie und die Verfügbarkeit neuer Computerprogramme wie Adobe-Photoshop, mit dem sich Photos schnell und einfach manipulieren lassen, für den Journalismus haben.¹ Obwohl wir implizit wissen, daß das Photomodell auf

1 Um dem entgegenzuwirken, haben Photographen in Deutschland eine Qualitätsgarantie eingeführt: Das DOK-Symbol weist darauf hin, daß das Photo nicht manipuliert worden ist. Mehrere große Publikationen haben sich bereit erklärt, das DOK-Symbol abzudrucken, um so

der Titelseite der letzten *Elle* retouchiert sein kann, nehmen wir doch gemeinhin an, daß Dokumentarfilmregisseure derartige Verfahren der Bildbearbeitung nicht anwenden. Leahy (1996) hat darauf hingewiesen, daß wir als filmkundige Zuschauer einen Vertrag mit dem Filmemacher machen, aufgrund dessen wir davon ausgehen, daß er uns einen fairen und wahrhaftigen Bericht der Ereignisse liefert. Kurz gesagt: Wir glauben ihm und dem von ihm vorgeführten Material. Natürlich wird dieser Vertrag manchmal gebrochen – beispielsweise in dem bekannten neuseeländischen Hoax-Film *Forgotten Silver*, der beim Publikum zu Kontroversen und Protesten geführt hat (Roscoe/Hight 1997). Der berühmte Fall des unabhängigen deutschen Fernsehjournalisten Michael Born, der gefälschtes Dokumentar- bzw. Nachrichtenmaterial an mehrere öffentliche und private Fernsehanstalten verkaufte (Frickel 1996), ist ein weiteres Beispiel.

Diese Beispiele verdeutlichen, wie leicht es ist, mit Geld, Geschick und der richtigen Technologie Wirklichkeit zu imitieren, und sie veranschaulichen die Fragilität der Wahrheitsansprüche des Dokumentarfilms, wenn sie auf dem Wahrheitscharakter des Bildes beruhen.

Die Geschichte des Dokumentarfilms ist ein Zeugnis für seine Fähigkeit, neue Technologieentwicklungen auszubeuten und von ihnen zu lernen. Ebenso wie sich der Dokumentarfilm durch das Fernsehen neu definiert hat, bringen auch die multimedialen Entwicklungen einen Paradigmawechsel mit sich, der imstande ist, das Genre vollkommen zu verändern (Hughes 1995). Die Beziehung zwischen dem Projekt des Dokumentarfilms und den Aufzeichnungs- und Repräsentationstechnologien ist jedoch voller Widersprüche. Selbstverständlich eröffnet die Beziehung zwischen Dokumentarfilm und neuen Digitaltechnologien neue Möglichkeiten für die Verbreitung von Fakten über die Gesellschaft sowie das Potential, solche Informationen auf neue und spannende Art und Weise einem weit größeren weltweiten Publikum zu vermitteln, als das über den traditionellen Verleih von Dokumentarfilmen möglich ist.¹

Paradoxerweise kann es sein, daß die neuen digitalen Medien eine Bedrohung für die Integrität des dokumentarischen Wahrheitsanspruchs darstellen, gleichzeitig aber durch neue Ausdrucksformen wie CD-ROM und das *World Wide Web* neue Publikumsschichten erschließen (Krieg 1997).

den Lesern zu versichern, daß dem, was sie sehen, auch glauben können. Vgl. Iseli (1997)

1 Wie Goldstein (1996, 31) anmerkt, ist viel von dieser „neuen“ Technologie bereits seit dreißig Jahren bekannt, aber plötzlich wird sie als „neue Technologie“ angepriesen und wiederentdeckt. Die erste Version des Internets wurde in den 60er Jahren vom Verteidigungsministerium entwickelt. Goldstein bringt die Verbreitung solcher Technologie mit der Vision einer globalen wirtschaftlichen Liberalisierung in Verbindung.

Soweit man diese Technologien als neu betrachten kann, haben sie einige Charakteristika, die für die Dokumentarfilm-Debatte wichtig sind. Wie der Begriff „Dokumentarfilm“ selbst sind auch Begriffe wie „Multimedia“ und „neue digitale Technologien“ diskursive Konstrukte, die versuchen, aus einer Reihe von Phänomenen etwas Geschlossenes herzustellen: unterschiedliche Mittel, mit Hilfe derer Worte, Ton und Bild (als Stand- oder Filmbild) via Computer verbreitet werden können. Eine Implikation dieser Mediatisierung durch den Computer ist die Umsetzung von Tönen und Bildern in digitale Codes, das Charakteristikum also, das die Möglichkeit verstärkt, Elemente der profilmischen Welt zu manipulieren. Eine zweite Implikation ist das Potential, neue Vertriebs- und Vorführformen zu schaffen. Die Entwicklung solcher Technologien schafft zum Teil ein neues kulturelles Forum, indem der Dokumentarfilm neue Wege erschließt (oder zumindest erschließen kann), um seine wahren Geschichten zu vermitteln. Es gab einige Debatten zu der Tatsache, daß solche Technologien über das Potential verfügen, sowohl die Grundformen sozialer Kommunikation als auch die Beziehung zwischen Technologie und breiteren sozialen und kulturellen Praxen zu verändern (Blackman 1997). Poster (1996) weist darauf hin, daß neue Technologien immer neue gesellschaftliche Beziehungen mit sich brächten, die wiederum ganz sicher Implikationen für das dokumentarische Projekt hätten.

Trotzdem konzentriert sich die Diskussion um den Dokumentarfilm und die neuen Technologien immer noch auf traditionelle Themen wie Form, Struktur und Publikum sowie Ziel und Anliegen des dokumentarischen Projektes selbst.

Anders erzählen?

Fragt man sich nach der Bedeutung, die die neuen Technologien für das Projekt des Dokumentarischen haben, so sind Fragen nach Struktur und Form zentral. Inwieweit geben diese neue Formen dem Dokumentarfilm die Möglichkeit, wahre Geschichten anders zu erzählen? Wir wollen dieser Frage hier mit Hilfe eines Vergleichs der narrativen und repräsentationalen Strategien in *THE ATOMIC CAFE* und *PUBLIC SHELTER* nachgehen.

THE ATOMIC CAFE ist eine ironische Verarbeitung von Dokumentarfilmen der US-Regierung aus den 40er und 50er Jahren, die die Notwendigkeit nuklearer Abschreckung reklamierten und die Vorteile der Atomenergie anpriesen (Nichols 1991). In etwas mehr als 80 Minuten werden die Zuschauer durch sorgfältig geschnittene Ausschnitte von Trainings- und Sicherheitsfilmen geführt; dieses Material ist unterschritten mit Auszügen aus Nachrichtensendungen und Reden von Vertretern der Regierung und der Atomindustrie. Der Film

spricht Zuschauer auf emotionaler Ebene an, indem er Beweise für die Auswirkungen von Atomversuchen (und damit der Wirkung der Atombombe) zeigt und so versucht, den Zuschauer die Gefühle und die emotionale Verfassung dieser Geschichtsperiode zu vermitteln. Er ermöglicht den unmittelbaren Nachvollzug der Panik vor dem Kommunismus, die die Atom(-bomben-)industrie bestimmte und die die Rechtfertigung für die Bombe bildete. Und er zeigt die Paranoia angesichts der Bombe selbst und ihrer potentiellen Wirkung.

Der Dokumentarfilm beginnt mit Bildern des Bombardements auf Nagasaki, das als großer Sieg der Alliierten gefeiert wurde. Bilder von jubelnden Amerikanern, die die „japanische Niederlage“ feiern, weichen erschütternden Bildern von japanischen Bombenopfern. Ohne *voice-over* oder Ton sprechen die Aufnahmen für sich. Egal, was die Machthaber sagten – die Bombe hatte Opfer zur Folge. Die Eingangsszenen bilden den Hintergrund für den restlichen Dokumentarfilm. Am Ende des Films sehen wir wieder eine Montage von Bombenpilzen und Bilder der Zerstörung und anderer Auswirkungen der Bombe. Solch eindrucksvolle Bilder lassen beim Zuschauer wenig Zweifel offen, was die Absicht des Films betrifft.

Als reflexiver Dokumentarfilm setzt *THE ATOMIC CAFE* Ironie ein, um einerseits den Evidenz-Status des verwendeten Materials zu unterminieren und andererseits die Aufmerksamkeit auf die Konstruiertheit der historischen auktorialen Stimme zu lenken, die das Material kontrollierte und dem Publikum präsentierte. Wenn Bilder von Bombenopfern mit denen von Regierungsvertretern kontrastiert werden, die behaupten, daß Atomtests keine Nebeneffekte haben, so wird damit der Status dieser „Experten“ hinterfragt und die Anti-Atomposition bestärkt. Indem immer wieder solche Beispiele gezeigt werden, wird es zunehmend schwerer, den Aussagen offizieller Vertreter Glauben zu schenken. Solche Konstruktionen bewirken eine subjektivere Sicht der Dinge, die sich am Ende mehr auf die Erfahrung des Films als auf ein vorgeblich objektives Statement stützt. Die Aufmerksamkeit des Zuschauers richtet sich damit eher auf die Gegenwart einer auktorialen Rolle in *THE ATOMIC CAFE* sowie auf die Perspektive, unter der der Film die gezeigten Themen wahrnimmt und vorstellt.

THE ATOMIC CAFE gebraucht ausschließlich Archivmaterial amerikanischer Propaganda. Das versuchte in der ursprünglichen Fassung, sowohl die Furcht vor der Bombe und ihren Auswirkungen zu vertreiben als auch eine klare Rechtfertigung für die Notwendigkeit der Bombe zu liefern. Als zentrales Argument für die Aufrechterhaltung und den Ausbau der Nuklearbewaffnung bezieht sich das historische Material ständig auf die kommunistische Bedrohung. Diese Propagandafilme präsentieren die Kernfamilie der 50er Jahre als Zentrum des *American Way of Life* – und gerade sie wird von den Kommunisten

bedroht. Der Dokumentarfilm ist voller Bilder von solchen (weißen Mittel-schicht-)Familien, die vor dem Radio sitzen und sich die Nachrichten über Atomtests anhören.

Der Film präsentiert also sowohl einen Kommentar über die Bombe als auch über soziale Konstruktionen wie „Kernfamilie“ und „kommunistische Gefahr“. Es ist die Sache des Publikums, über dieses Material nachzudenken und sich mit den vorgetragenen Argumenten auseinanderzusetzen – gleichwohl ist diese Auseinandersetzung in den Montagen des Ausgangsmaterials selbst verankert. Man braucht keinen *voice-over* oder Untertitel, um das Publikum auf Gegenpositionen zu jenen propagandistischen Behauptungen aufmerksam zu machen, wenn Bilder von Strahlenopfern und von Atompilzen nebeneinander auf der Leinwand zu sehen sind.

THE ATOMIC CAFE behandelt das Atom-Thema aus der Perspektive der Rückbesinnung. Den Zuschauern fällt es schwer, den Film als etwas anderes zu sehen denn als anti-nukleares Statement. Darüber hinaus führt er das Publikum zu einer Interpretation, die aus der Perspektive nach dem Kalten Krieg die sogenannte „kommunistische Gefahr“ neu betrachtet. Und auch der Mythos der weißen Mittelschichtfamilie als Kernfamilie wird als ideologische Redeweise offengelegt.

THE ATOMIC CAFE präsentiert sein Material in chronologischer Reihenfolge und entwickelt so eine lineare Erzählung, die das Publikum auf eine bestimmte Lösung hinführt. Natürlich können solche Lesarten, obwohl sie der Film nahelegt, nie ganz sichergestellt werden. Es gibt immer die Möglichkeit, die vom Film nahegelegte Bedeutung zurückzuweisen. Im Film wird jedoch wenig Raum für alternative Erzählungen und Bedeutungen gelassen.

PUBLIC SHELTER

Als Neubearbeitung des Films THE ATOMIC CAFE erlaubt die CD-ROM PUBLIC SHELTER eine gründlichere Untersuchung der Thematik und schließt auch Material ein, das im ursprünglichen Filmprojekt nicht untergebracht werden konnte. Sie geht vom Film als Ausgangspunkt aus, um dann in jeder Hinsicht darüber hinauszugehen.

Während der traditionelle Fernseh- und Kinodokumentarfilm unsere Aufmerksamkeit für eine spezifische Zeitspanne in Anspruch nimmt (und Mittel und Wege finden muß, sie aufrechtzuerhalten), ist die PUBLIC SHELTER CD-ROM viel weniger an solche Faktoren gebunden. Sie muß sich nicht nach Programmplänen richten oder in einen bestimmten Zeitrahmen passen und braucht sich auch keine Sorgen darüber machen, ob die Zuschauer und Zuschauerinnen nach den Werbespots weiterschauen. Statt dessen ist sie so kon-

struiert, daß sie ganz unterschiedliche Interaktionsmöglichkeiten erlaubt. Wenn man sich langweilt, kann man Blöcke der CD überspringen und weitergehen oder auch die Benutzung beenden und später wiederaufnehmen. Man kann die Teile, die man mag, immer wieder anschauen, und die, die man nicht mag, überspringen. In diesem Sinne verschiebt sich in einem Prozeß, der mit der Möglichkeit der häuslichen Videoaufzeichnung begann, die Macht über den Text von den Fernsehanstalten oder dem Autor eines Textes zum Nutzer. Obwohl der Autor den Informationsfluß nicht mehr kontrolliert, wird der Nutzer letztendlich aber natürlich trotzdem durch das eingeschränkt, was der Autor in die CD-ROM aufgenommen hat.

Wie eine Reihe neuer digitaler Dokumentarfilme ist die CD-ROM mit einer Seite im Internet verbunden, über die den auf der CD-ROM vorhandenen Informationen zusätzliches, auf den neuesten Stand gebrachtes Material hinzugefügt werden kann. Die CD-ROM selbst ist wie eine Internetseite strukturiert: Sie ist um zwanzig separate *Homepages* herum organisiert und so angelegt, daß sie die Erfahrung des Internets simuliert. Sie besteht aus insgesamt 1600 Textdateien, 75 Videoclips, 400 Fotos und zehn Stunden Audiomaterial. Jede der zwanzig *Homepages*, die die riesige Informationsmenge in Kategorien wie „Zweiter Weltkrieg“, „Medizinische Versuche“ und „Capitol Hill“ unterteilen, konzentriert sich auf ein Thema (z.B. „Atomtest“), einen Ort (z.B. „Los Alamos“) oder eine Vorstellung (z.B. „Friede“). Zu jeder Seite gibt es einige *Browsers*, über die man Fotos, Videoclips, Tondokumente sowie weitere Texte, die sich auf das primäre Material beziehen, aufrufen kann.

Das Surfen wird auf unterschiedliche Art und Weise strukturiert: durch die formelle Strukturierung von Material, den Gebrauch von *Homepages* und *Browsers*, die das Material auf bestimmte Art und Weise ordnen und kategorisieren, sowie durch den Inhalt und die gebrauchte Sprache. So könnte man beispielsweise sagen, daß das fotografische Material, etwa Bilder von Strahlenvergiftungen, voller Assoziationen und Bedeutungen ist, die als Teil des generellen Arguments gegen die Atombombe verstanden werden können. Dies trifft auch für die schriftlichen Begleittexte der Fotos zu, die nicht neutrale Aussagen sind, sondern Beschreibungen, die die Aufmerksamkeit des Zuschauers in eine bestimmte Richtung drängen. So befinden sich im Archiv der „Frauenabteilungs“-Seite Bilder, die zeigen, wie Frauen in den Propagandakrieg für die Atombombe eingespannt wurden. Ein Foto mit dem Titel „Pfirsiche“ enthält den folgenden Text:

Stolze Ehefrau zeigt Ehemann selbst eingemachte Pfirsiche, die sie nach dem Angriff genießen werden.

Ein Werbebild für eine „Life Pack-Überlebensration“ zeigt den folgenden Text:

Es war die Aufgabe der Frauen, den Schutzkeller mit leckeren Nahrungsmitteln auszurüsten. Die praktische „Life Pack-Überlebensration“ machte das leichter.

Die Rekontextualisierung der Bilder und Texte kodiert diese mit Ironie. Darüber hinaus wird, als Teil einer größeren Datei solcher Bilder und Texte, eine feministische Lesart möglich, selbst wenn das von den Rezipienten und Rezipientinnen zurückgewiesen wird. So strukturieren und begrenzen Form und Inhalt von PUBLIC SHELTER mögliche Lesarten und Interpretationen. Dies wird durch eine Internet-Seiten-Struktur verstärkt, die als „respektlose Online-Reise“ bezeichnet wird und die die in PUBLIC SHELTER und THE ATOMIC CAFE präsentierte Argumentationslinie unterstreicht. Die Nutzer werden dabei als *Insider* positioniert. Es wird vorausgesetzt, daß sie den Dokumentarfilm gesehen oder die CD benutzt haben oder aber daß sie Teil der breiteren Anti-Atomkraftbewegung sind. Die Internetseite enthält Material aus dem Dokumentarfilm und der CD-ROM, sie bringt dieses Material auf den neuesten Stand und bietet „Hotlinks“ zu anderen einschlägigen Seiten des Netzes an (ein Eintrag macht die Nutzer z.B. auf eine Dissertation aufmerksam, die auf der CD-ROM basiert). Wie schon der Dokumentarfilm und die CD-ROM eine bestimmte Perspektive nahelegen, präsentiert auch die *Website* das Material so, daß damit die Anti-Atomkraft-Perspektive verstärkt wird. Persönliche Kommentare von Loader und den Mitarbeitern des Projekts verstärken diese Tendenz.

Wenn der Benutzer sich durch verschiedene *Homepages* bewegt, werden *Links* zwischen den Themen offensichtlich. So bieten beispielsweise mehrere Seiten *Links* zurück zu den „Medizinversuchen“-*Homepages* und verstärken dadurch (mögliche) narrative Verbindungen. Auf diese Weise offerieren *Homepages* und *Browser* nicht nur pure Informationen, sondern bieten auch bestimmte Methoden an, wie man sich durch das Material bewegen kann. Das ganze Projekt erlaubt es nicht, sich dem Material aus verschiedenen Blickwinkeln zu nähern, sondern kommt immer zu den zentralen Punkten zurück.

Es gibt für den Nutzer viele Möglichkeiten, den Argumenten näher nachzugehen und die Belege genauer zu studieren. Jede *Homepage* erlaubt den Zugang zu verschiedenen Dateien mit schriftlichem, fotografischem, akustischem und audiovisuellem Material, die auf unterschiedliche Art und Weise über den Rückgriff auf die CD-ROM aufgerufen werden können. Um Jayne Loader zu zitieren:

Die Form von Multimedia erlaubt es mir, meine Bandbreite hinsichtlich des Gegenstandes zu verbreitern, eine viel detailliertere Präsentation anzubieten und sehr große Textmengen hinzuzufügen (in Broderick 1995).

Wenn man durch dieses Material „surft“ oder „browst“¹, kann man sich auf spezifischere Aspekte und Argumentationsdetails konzentrieren – man kann „Kommunismus“ bis zu einem einführenden Text über die Gründer der Kommunistischen Partei und ihr Manifest weiterverfolgen – oder man kann sich einen Überblick verschaffen, indem man nur kursorisch die zwanzig *Homepages* zur Kenntnis nimmt, um sich eine Vorstellung der Möglichkeiten des Programms zu machen. Wie oft man sich auch durch die CD-ROM arbeitet, die Route ist jedesmal eine andere. Die Nutzer finden ständig neue Informationen und beziehen diese auf Materialien, die sie früher aufgesucht haben; sie kehren zu früherem Material zurück und lesen es vor dem Hintergrund der später gefundenen Informationen diesmal anders; sie revidieren ihr Verständnis des Materials und ihre Position dazu. Es wäre jedoch falsch anzudeuten, daß diese Möglichkeiten endlos seien, denn das Surfen ist letztendlich ja durch die CD-ROM bzw. die *Website* begrenzt.

So zieht jede Auseinandersetzung mit der Form solcher Medien unmittelbar die Auseinandersetzung mit der Rolle des Publikums nach sich – Aspekte also, die sich auf die Beziehung zum Zuschauer/Nutzer beziehen.

Publikum/Nutzer/Browser

Wenn man davon ausgeht, daß der Dokumentarfilm eine Absicht verfolgt, ist die Beziehung zwischen dem Dokumentarfilm-Text und dem Publikum von zentraler Bedeutung. Wie bereits erwähnt, präsentiert sich der Dokumentarfilm, wenn auch in unterschiedlichem Maße, so, als sei er imstande, dem Publikum Informationen zu vermitteln, obwohl er die tatsächliche Vermittlung dieser Informationen nicht notwendigerweise garantieren kann. Dokumentarfilme präsentieren profilmische Wirklichkeit immer aus einer Position epistemologischer Überzeugtheit, wenn auch in unterschiedlichem Maße (Plantinga 1989). Wie Rezeptionsforschungen (Roscoe et al. 1995) gezeigt haben, sind mögliche Bedeutungen im Dokumentarfilm nicht nur eine Frage des spezifischen Inhalts,

1 Die Begriffe sind sicher problematisch. Ich gebrauche verschiedene Begriffe, die austauschbar sind. Während „navigieren“ allgemein gebraucht wird, scheint es doch der Vorstellung von Interaktivität zu widersprechen. „Navigieren“ scheint eine kontrollierte Richtung, geordnete Erfahrung usw. zu implizieren. Vgl. Daniel 1997, 108.

der dem Text inhärent ist und vom Publikum abgerufen werden kann. Bedeutungen entstehen in der Interaktion von Text und Publikum in unterschiedlichen Rezeptionskontexten. Wenn man sich mit der Frage beschäftigt, wie diese neuen Formen wahre Geschichten anders erzählen, dann steht vor allem die Frage im Mittelpunkt, wie der Rezipient in Relation zu diesen Texten positioniert wird.

Navigation

Oberflächlich gesehen scheint es so, als ob die neuen digitalen Medien alternative Möglichkeiten erlaubten, das Material zu erschließen. Eine CD-ROM wie PUBLIC SHELTER sieht mehrere Navigationsmöglichkeiten vor. Einige davon erlauben den Benutzern möglicherweise eine sehr viel größere Autonomie bei der Bedeutungsgenerierung, indem sie ihre eigenen *Links* zwischen Segmenten oder zwischen verschiedenen präsentierten Belegen herstellen. Es gibt so keinen Einzeltext in einem engen Verständnis des Wortes mehr, sondern für jede(n) Besucher(in) und bei jedem Gebrauch verschiedene Texte.

Auch dies kann am Beispiel von PUBLIC SHELTER verdeutlicht werden. So können die Benutzer aus den Dateien und Bildern, die sich auf den Kommunismus beziehen, einen „Text“ über den „Kalten Krieg“ generieren, wobei die jeweilige Auswahl und die jeweils besonderen Verbindungen nicht notwendigerweise vom Macher so intendiert oder bestimmt waren. In diesem Sinne können dokumentarische Multimedia weniger durch eine narrative Struktur eingengt sein als traditionell-lineare dokumentarische Texte.¹

Die Autorität des Textes und des Regisseurs mag also in Hypertext-Strukturen wie denen von PUBLIC SHELTER geringer sein, denn es gibt keinen Ort, keine *Website*, der oder die die „Wahrheit“ verbürgt. Es kann zwar den Versuch geben, durch verschiedene Strukturierungsstrategien bestimmte Argumente und Positionen zu favorisieren, aber es gibt immer auch die Möglichkeit, daß Nutzer mit diesen Strategien individuell spielen, ja sie subvertieren und dekonstruieren. Die Bilder, die in PUBLIC SHELTER als Propaganda gezeigt werden, könnten so etwa als wahrheitsgetreue Belege betrachtet (wenn man die ironische Rezipientenperspektive zurückweist) und gegen das Anti-Atom-Argument verwendet werden. „Die Wahrheit“ wird problematisch, weil die Möglichkeit besteht, das Material neu zu verarbeiten und zu kontextualisieren. Es gibt keine fixe Bedeutung, die dem Material inhärent ist. So kann jede Rede eines amerikanischen Präsidenten

1 Dies hat George Landow überzeugend ausgeführt (Landow 1992).

(im „Pentagon“-Kapitel) in unterschiedlichen Kontexten gebraucht werden, wobei sie immer wieder unterschiedliche „Wahrheiten“ hervorbringen.

Daher erreicht eine CD-ROM nie die Geschlossenheit, die für eine Erzählung oder ein Argument, also zwei der wichtigsten Strukturmuster des konventionellen Dokumentarfilms, typisch ist. Möglicherweise entspricht die Form des Essays, die sich weniger auf die Struktur der Erzählung oder einer beweisführenden, informierenden Logik (Nichols 1991) stützt, mehr der Art und Weise, wie ein Multimediaprodukt funktioniert. Diese Tendenzen sind allerdings *Online* sehr viel offensichtlicher als bei einer CD-ROM.

Es wäre jedoch falsch, wenn man davon ausgehen würde, daß CD-ROMs einen utopischen Raum der Texte eröffneten, in dem Individuen unendlich viele Erzählungen und Bedeutungen generieren könnten. Dies ist ganz und gar nicht der Fall: Der individuelle Nutzer wird durch eine Reihe von Faktoren begrenzt wie etwa das Material, das in die CD-ROM aufgenommen wurde, die Art und Weise, wie es organisiert ist (und damit, wie er innerhalb der CD-ROM dirigiert wird), und natürlich auch durch breitere Kontexte wie Produktion und Vertrieb.

Der Rezeptionskontext

Eine CD-ROM wie PUBLIC SHELTER ist mindestens ebenso ein kommerzielles Produkt wie ein Dokumentarfilm oder ein Fernsehprogramm. Sie braucht, in welcher Form auch immer, einen Markt und Käufer, um die Produktionskosten einzuspielen. Zu einem bestimmten Zeitpunkt muß sie eine vollständige Form haben, damit sie auf den Markt gebracht werden kann. Es gibt also unweigerlich, in welcher Form auch immer, so etwas wie Geschlossenheit, wie diese auch strukturiert sein mag. Darüber hinaus muß die CD-ROM als kommerzielles Produkt, das für Verkauf und Hausgebrauch entwickelt wird, mit anderen Produkten für den häuslichen Gebrauch konkurrieren. Im Moment ist es schwierig zu sagen, wie sich dies auf die Art und Weise auswirken wird, wie also Nutzer mit einem „Dokumentarfilm“ auf CD-ROM umgehen, was genau sie darunter verstehen und wie „Dokumentarfilme“ auf CD-ROM produziert werden. Es ist möglich, daß Produzenten, wenn sie eine Nachfrage nach CD-ROMs als Produkte für den häuslichen Gebrauch konstatieren, diese dann „sicher“ und „harmlos“ gestalten, weil sie befürchten, den Markt durch anstößige oder beunruhigende Produkte zu schmälern. Dagegen kann man einwenden, daß es immer noch einen Markt für kritische und analytische Bücher gibt, also Bücher, in denen offensive, anti-hegemoniale und oppositionelle Gedanken zum Ausdruck kommen.¹

Während es wahrscheinlich ist, daß der größte Markt für CD-ROMs sich auch in Zukunft am Modell der Spiele und Enzyklopädien orientieren wird, so ist es doch möglich, daß es einen ausreichenden Markt für CD-ROM-Titel gibt, die eher dem sozialkritischen Dokumentarfilm entsprechen, also Titel, die in ähnlicher Form wie Bücher zu Hause konsumiert werden können. So stellen CD-ROMs nicht nur eine Herausforderung für unsere Publikums-, sondern auch für unsere Marktvorstellungen dar.¹ Die unsichere Position von CD-ROMS auf diesem Markt kann man etwa daran ablesen, daß PUBLIC SHELTER nicht sehr erfolgreich auf dem Markt vertrieben wird und deshalb nur schwer zu finden und zu kaufen ist. Die *Website* ist zum Vertriebsort für eine kleine Auflage der CD-ROM geworden.

Wie CD-ROMs auch vermarktet werden, sie müssen immer von Konsumenten als Einzelpersonen oder stellvertretend für ihre Familien gekauft werden, außer in den Fällen, in denen bestimmte Titel von Ausbildungsstätten wie Schulen oder Universitäten gekauft werden. Solch eine Situation bedeutet aufgrund der zunehmenden Privatisierung und Fragmentarisierung eine weitere Beeinträchtigung des sozialkritischen und aktionistischen Aspekts des Dokumentarfilm-Projektes.

Das muß aber bei einer *Online-Website*, die ständig auf den neuesten Stand gebracht werden kann, nicht unbedingt der Fall sein. Obwohl die Produktion immer eine gewisse Zeit in Anspruch nehmen wird, besonders wenn Film und Video verwendet werden, ist der Zugriff beim Gebrauch jederzeit möglich. Wenn eine *Website* kontinuierlich auf den neuesten Stand gebracht wird, bedeutet dies, daß der Text weniger geschlossen ist. Die *Website* kann sehr viel komplexer und viel interaktiver als die CD-ROM sein, denn sie eröffnet die Möglichkeit, eine aufgesuchte Seite zu verändern, indem etwas hinzugefügt werden kann. So interagieren die Nutzer mit dem Material in einer Art und Weise, die weder beim Dokumentarfilm als Film, als Fernseh- oder als CD-ROM-Produktion möglich ist. Aber die reine Tatsache, daß die neuen digitalen Medien utopische Potentiale des Umgehens mit Information und Text beinhalten, garantiert deren Realisierung noch lange nicht, und die bare Möglichkeit,

4 Die CD-ROM AMNESTY INTERACTIVE ist hierfür ein Beispiel auf CD-ROM.

1 Der größte Markt für Dokumentarfilme im Moment sind „free-to-air“ Sender, aber der Niedergang des öffentlichen Fernsehsystems zwingt Dokumentarfilm-Produzenten dazu, zusätzliche Einnahmequellen und/oder Publikumsschichten zu finden, indem sie bereits vorhandene Fernsehdokumentarfilme auf CD-ROM übertragen. Zu den Schwierigkeiten der Vermarktung von CD-ROMs vgl. Dixon 1997.

daß man durch eine CD-ROM navigieren kann, bedeutet noch nicht, daß das Publikum damit schon größere Macht gewonnen hätte.

Fragmentarisierung des Publikums

Bei Technologien wie dem *World Wide Web* und der CD-ROM kommt es ganz offensichtlich zu einer gewissen Fragmentarisierung des Publikums. Es wäre jedoch falsch, dieses nur auf die Bedingung der neueren Medien zurückzuführen. Die Fragmentarisierung des Publikums begann mit dem Fernsehen und widerspricht in vieler Hinsicht dem Projekt des Dokumentarfilms, das ein einheitliches Publikum voraussetzt. Multimedia ist dagegen ein Medium mit eingeschränktem Radius. Eine CD-ROM wird als einzelne Software verkauft, um in einem einzelnen Computer benutzt zu werden. Im Falle des Internet wird sie über den Computer aufgesucht. Es liegt in der Natur des Computers als *Hardware* und als Konsumprodukt, daß er zu einem bestimmten Zeitpunkt wahrscheinlich immer nur von einem Benutzer gebraucht wird.¹ Dies steht auch im Kontrast zum Fernsehgerät, das von mehreren Menschen gleichzeitig benutzt werden kann². Der Dokumentarfilm im Kino wendet sich an sein Publikum als Teil einer Gemeinschaft, an Leute, die zusammenkamen, um diesen Film als besonderes Ereignis zu sehen. Das Fernsehen wendet sich an jedes Individuum als Teil eines größeren Publikums – Fernsehzuschauer sind Teil einer imaginären Öffentlichkeit. Benutzer von *Online*-Diensten können sich als Mitglieder eines Clubs mit gemeinsamen Interessen fühlen.³ Die Nutzer und Nutzerinnen einer CD-ROM dagegen sehen sich eher als Individuen denn als Angehörige eines Publikums. Das Modell des Adressaten verschiebt sich so von der Vorstellung des Bürgers im öffentlichen Raum des Griersonschen Dokumentarfilms zum Konsumenten im privaten Raum moderner individualisierter Medien.

- 1 Es ist natürlich möglich, daß einige Nutzer CD-ROMs in Gruppen benutzen. Dies hängt sehr wahrscheinlich davon ab, wo der Computer steht.
- 2 Es ist sicher wahr, daß es in immer mehr Haushalten mehrere Fernsehgeräte gibt: Nach der Studie *Families and Electronic Entertainment* (Culpritt/Stockbridge 1996) gibt es in 76% der Haushalte in Australien mehr als ein Fernsehgerät. Es gibt zweifelsohne eine wachsende Zahl von Haushalten, in denen es auch mehr als einen Computer gibt. In diesen Haushalten nimmt wahrscheinlich die Anzahl der Menschen, die zusammen fernsehen, ab. Es ist aber auch so, daß unter bestimmten Bedingungen relativ große Gruppen zusammen fernsehen, etwa im Pub kann man einen Computerbildschirm mit Videoprojektor oder einem Club. Ebenso für eine größere Gruppe projizieren. (Dies geschieht eher in Unterrichtssituationen.) Keiner dieser Fälle verändert aber grundlegend die Situation, die wir hier beschreiben.
- 3 Wenn man *Hot Wired*, das elektronische Nebenprodukt von *Wired*, der modischen Zeitschrift für Multimedia-Lifestyle, abonniert, wird man „Mitglied“.

Wenn man die *Public-Shelter-Website* aufsucht, teilt man beide Erfahrungen. Einerseits individualisiert die Nutzung diese Erfahrung, wenn man sich also einzeln über den Computer einloggt, andererseits vermittelt einem das Aufsuchen der *Website* oder der Netzangebote ähnlicher Gruppen (z.B. Greenpeace⁴) den Eindruck, Teil einer größeren (und wachsenden) imaginären Gemeinschaft zu sein. Dies wird durch Forschungen über das Entstehen von *Newsgroups* und virtuellen Gemeinschaften bestätigt, etwa durch Mitra (1996) in einer Untersuchung zum Entstehen indischer *Newsgroups* auf dem Internet. Wenn man den Aufrufen von Greenpeace Folge leistet, spricht dies ein Gefühl von Bürgerpflicht an. Wenn man aber die Informationen *online* oder auf CD-ROM abrufen, führt das nicht notwendigerweise und unausweichlich dazu, daß man solchen Aufrufen auch Folge leistet.

Konsumenten, die über die entsprechende *Hardware* verfügen, bietet Multimedia Unmittelbarkeit. Es ist jederzeit zugänglich, Tag und Nacht. Es unterliegt nicht wie Kino oder Fernsehen einem Programmschema, das Zuschauerverhalten reguliert. Solche Schemata machten es möglich, durch sorgfältige und kreative Programmierung ein einheitliches Publikum aufzubauen. Erst durch den Videorekorder wurde diese Vorstellung unterminiert, da nun Fernsehsendungen aufgezeichnet oder zeitversetzt wiedergegeben und Kauf- oder Leihkassetten abgespielt werden konnten. Schon die Programmschemata schränkten Dokumentarfilmmacher ein, denn sie mußten dafür sorgen, daß ihr Material in das vorgefertigte Zeitraster paßte; gelegentlich mußten sie ihr Material modifizieren, um es dem Publikum bestimmter Tages- oder Nachtzeiten anzupassen. Multimedia-Produzenten, die Publikumsverhalten beeinflussen wollen, haben keinen Nachrichtensprecher oder Kommentator und müssen nach äquivalenten Strategien zur Publikumsreglementierung suchen. Möglichkeiten könnten das Einrichten einer *Online Chat Group*, eines festen oder vorübergehenden Diskussionsforums oder auch von (netz-)öffentlich geführten Debatten sein.

Das Gefühl der Unmittelbarkeit unterstreicht das Gefühl von Publikumsautonomie und damit auch Publikumsfragmentierung. Sowohl utopische als auch dystopische Auffassungen der Cybermedia gehen von einer modernistischen Vorstellung rationaler autonomer Subjekte aus, die von Cybermedien entweder freigesetzt oder versklavt werden. Die Art und Weise, wie über Interaktivität gesprochen wird, scheint diese Konzeption des Nutzers als autonomes Subjekt, der als Ausgangspunkt für Bedeutungsproduktionen betrachtet wird, zu bestätigen: eine Auffassung, die von postmodernen Theorien in Frage gestellt wird. Die Konvergenz von Medien und Computern verstärkt so die Tendenz zu Nischenmärkten, die die Fragmentarisierung des Publikums ausweiten.

All diese Aspekte scheinen auf grundlegende Widersprüche zu verweisen, was die Vermittlung von Wahrheitsansprüchen mit Hilfe neuer digitaler Dokumentarfilme anbelangt.

Wenn CD-ROMs behaupten, daß sie interaktiv sind, dann postulieren sie auch eine Erzähl-Erfahrung für den Nutzer/Zuschauer/Navigator, die anders ist als bei einem Kino- oder Fernsehdokumentarfilm.¹ Nutzer werden dazu aufgefordert, auktoriale Kontrolle zu übernehmen, die Ereignisse selbst zu gestalten und Geschichten zu entwickeln – und so werden sie selbst zu Handelnden [*possessors of agency*] (Rieser 1997). Unsere Zeiterfahrung ändert sich: Erzählte und Erzählzeit werden wirkliche Zeit, Nutzer werden Teil der Ereignisse im Moment ihres Geschehens, ganz ähnlich der Erfahrung, wenn man ein interaktives Computerspiel spielt. Sean Cubitt (1996) geht noch einen Schritt weiter, wenn er behauptet, daß wir uns, sobald wir uns im virtuellen Raum (dem „dritten Raum“, wie er es nennt) bewegen, spielerisch von den materiellen Schranken der materiellen Welt entfernen. Cubitt zufolge ist eine Konsequenz davon der Zusammenbruch von Raum und Zeit, die durch die CD-ROM derart neu konfiguriert werden können, daß sie die Illusion von wirklicher Zeit vermitteln und so den Eindruck, tatsächlich dort zu sein, verstärken, d.h. also eine Erfahrung befördern, die Film und Fernsehen zu vermitteln versucht haben. Im Gegensatz dazu steht aber die Erfahrung einer gewissen Distanzierung beim Gebrauch einer CD-ROM. PUBLIC SHELTER bietet sicher ein Mehr an Möglichkeiten, die Erzählung selbst zu bestimmen, als dies der Fall ist, wenn man sich – wie aktiv und kritisch auch immer – auf den Dokumentarfilm THE ATOMIC CAFE einläßt. Aufgrund des spezifischen Charakters des Materials (Propaganda der 50er Jahre) sind die Möglichkeiten, auf neue und unterschiedliche Art und Weise mit Zeit und Raum umzugehen, durch das Wissen, daß es sich hier um historisches Material handelt, begrenzt. Wir betrachten es als Rückschau und weniger mit dem Gefühl, tatsächlich da zu sein. Damit hat die CD-ROM mehr mit dem Kino- und Fernsehdokumentarfilm gemein als mit den interaktiven Computerspielen, von denen Cubitt spricht.

Je vertrauter wir mit den Multimedia-Formen und mit einer bestimmten CD-ROM werden, desto größer werden die Möglichkeiten, kritisch zu montieren und neue und alternative Erzählungen zu bilden, an die diejenigen, die die CD-ROM entwickelt haben, möglicherweise nicht im Traum gedacht haben. Obwohl das Publikum in der Interaktion mit Film- und Fernsehdokumentar-

1 Interaktiv bedeutet allerdings oft nicht mehr, als daß der Nutzer ganz trivial Punkte ansteuert und klickt (Rieser 1997).

texten aktiv Bedeutungen konstruiert, haben die Zuschauer wenig Kontrolle über deren Form und Inhalt. Interaktive CD-ROMs haben das Potential, wesentlich interaktiver zu sein, als sie gemeinhin tatsächlich genutzt werden, indem Nutzer das Produkt ebenso wie die eigenen Bedeutungsentwürfe zum spielerischen Austausch auffordern. Obwohl die Möglichkeit wirklicher Interaktivität im Falle der CD-ROM (bei kommerziellen Produkten gibt es immer einen Schlußpunkt) begrenzt ist, ist es doch möglich, das (zukünftige) Produkt durch *Feedback* auf der dazugehörigen *Website* zu verändern.¹

Ein zentraler Unterschied in der Konzeptualisierung des Publikums traditioneller und neuer Technologien ist die Tatsache, daß Zuschauer und Zuschauerinnen von Film- und Fernsehdokumentarfilmen als historisch und sozial verankerte Bürger betrachtet werden, die bestimmte Positionen in sozialen Beziehungen und in Machtverhältnissen einnehmen. Es besteht die Tendenz, daß Nutzer neuer Multimediatechnologien diese Beziehungen hinter sich lassen und statt dessen als Teil eines universellen Marktes konzeptualisiert werden, d.h. unbeeinflusst von Machtverhältnissen im Kontext einer spezifischen sozialen Gruppenzugehörigkeit wie Geschlecht oder Sexualität bestimmt werden resp. sich selbst bestimmen (Goldstein 1996). Die Vorstellung, daß virtuelle Räume die Überwindung materieller Schranken erlauben, die mit Klasse, biologischem Geschlecht, Geschlechterrolle usw. zusammenhängen, gehört zu einer eher utopischen Vision, die die neuen Medien angestoßen haben. Obwohl die Möglichkeiten, die sie eröffnen, empirisch und systematisch untersucht werden sollten, sind wir aber eher vorsichtig, was die Einschätzung der Möglichkeiten anbelangt, solche sozialen Positionen tatsächlich zu unterminieren. PUBLIC SHELTER hat als internationales Produkt keine andere Wahl, als die Nutzer auf diese anonyme und gleichartige Weise zu adressieren, obwohl die Reise der Nutzer durch die CD-ROM wesentlich davon determiniert wird, daß sie ganz bestimmten sozialen Gruppen angehören.

Das Projekt des Dokumentarischen im Multimedia-Zeitalter

Das Projekt des Dokumentarischen ist sein kritisches und soziales Anliegen. Traditionellerweise geht man davon aus, daß der Dokumentarfilm dazu imstande sei, Veränderungen herbeizuführen, indem er die Zuschauer dazu auffordert, sich mit den Fakten, die er über die Gesellschaft präsentiert, auseinanderzusetzen, daraus ein Resümee zu ziehen und jenes in Taten umzusetzen. Dieser

1 Im Falle von PUBLIC SHELTER ist das <http://www.publicshelter.com/shelter>.

Aspekt des Dokumentarfilms wurde von Fernsehanstalten bedroht, die von Zuschauerzahlen und fixen Programmzeiten abhängig sind. Obwohl neue Technologien die Vorstellung von Referentialität und Beweischarakter, die so zentral für das Projekt des Dokumentarischen sind, vielleicht untergraben, kann es auch sein, daß sie möglicherweise ein neues Forum für den sozial engagierten Dokumentarfilm darstellen. So fordert PUBLIC SHELTER, fast mehr noch als THE ATOMIC CAFE, dazu auf, die präsentierten Fakten und Informationen als Basis für eigenes Handeln zu betrachten. Überall auf der CD-ROM bekommt man Zugang zu postalischen und *e-mail*-Adressen zahlreicher Institutionen und Aktivistengruppen, die weitere Informationen vermitteln oder von sich aus zum Handeln auffordern. So verortet die CD-ROM sich selbst stark als Teil einer Öffentlichkeit und vertritt selbst die Position eines sozialen Aktivisten. Vielleicht kann man sich dadurch als Teil einer größeren Gemeinschaft fühlen, statt als isolierter Nutzer positioniert zu werden. Obwohl das subversive Potential jeder CD-ROM durch die Notwendigkeit des internationalen Vertriebs und der Amortisierung der Kosten eingeschränkt wird, führt bei PUBLIC SHELTER doch ein *Link* zu einer weiteren *Website*, auf der bestimmte Aktions- oder Reaktionsformen gegenüber z.B. Militarismus und Waffenindustrie propagiert werden.

Winston (1995) postuliert, es sei an der Zeit, daß der Dokumentarfilm sich von seinen Wahrheitsansprüchen verabschiede und daß es dem Publikum überlassen sein solle, sich seine eigene Meinung zu bilden. Corner (1996) ist weniger glücklich mit dieser Ansicht und plädiert statt dessen für einen stärker reflexiven Dokumentarfilm, der aber seine aufrüttelnde Rolle als Gesellschaftskritiker beibehalten solle. In gewisser Weise kann man sagen, daß das Forum, das die neuen Technologien zur Verfügung stellen, beidem gerecht wird. Den Zuschauern kommt eine größere explizite Rolle bei der Beurteilung der Wahrheitsansprüche des dokumentarischen Textes zu, eine Rolle, die letzteren aber nicht dazu zwingt, seinen Anspruch auf das Wirkliche aufzugeben.

Es scheint, als verfügten die neuen Medien über das Potential, das Projekt des Dokumentarischen zu verändern und zu verjüngen. Obwohl sich in vieler Hinsicht unsere Interaktionen mit diesen Medien wenig von denen mit traditionellen Medien unterscheiden, bieten sie doch Möglichkeiten zu wirklichen Interaktionen und kritischer Montage, die die Fragilität des Wahrheitsanspruchs des Dokumentarischen noch unterstreichen und dabei Möglichkeiten zur Reflexion eröffnen, die es so bis dahin nicht gegeben hatte. Mit Hilfe von Multimedia-*Links* werden globale Gemeinschaften denkbar; Gemeinschaften können die Foren, die im Gefolge der neuen Medien entstehen, gebrauchen, um Menschen hinsichtlich einer bestimmten Thematik zu mobilisieren. Wie es gute und schlechte Dokumentarfilme gibt, so wird es aber auch bei diesen Medien beides

geben. Nicht die Technologie wird das Projekt des Dokumentarischen verändern, sondern die Gemeinschaft der miteinander Kommunizierenden – der Dokumentaristen und der Zuschauer (resp. Nutzer).

Es wäre falsch, die CD-ROM als ein Medium unter vielen für die Vermittlung derselben Art von Informationen und autoritärer Wahrheitsansprüche zu betrachten. Die Technologie bietet Dokumentarfilmmachern die Möglichkeit, etwas anderes zu machen und das Projekt des Dokumentarischen neu zu formulieren.

Literatur

- Becker, K.E. (1991) To Control Our Image: Photojournalists and New Technology. In: *Media, Culture and Society* 13,3, S. 381-397.
- Blackman, L. (1997) Rehearsal of Memory. In: *Coil : Journal of the Moving Image*, January, S. 1-11.
- Broderick, M. (1995) Representing the Unthinkable: Non-fiction Films in the Nclear Age. In: *Metro*, S. 41-44.
- Corner, John (1996) *The Art of Record*. Manchester: Manchester University Press.
- Cubitt, Sean (1996) *Supernatural Futures: Theses on Digital Aesthetics*. In: *Future Natural. Nature/Science/Culture*. Ed. by G. Robertson, M Mash, L. Tickner, J. Bird, B. Curtis and T. Putman. London: Routledge.
- Cupitt, M. / Stockbridge, S. (1996) *Families and Electronic Entertainment*. Sydney: Australian Broadcasting Authority and the Office of Film and Literature Censorship.
- Daniel, N. (1997) Multi-media Art; Constraining or Liberating? In: *Convergence* 3,1, S. 106-110.
- Dixon, R. (1997) *Other Spaces: The Marketing, Distribution and Ehibition of Interactive Art*. Sydney: AFC.
- Frickel, T. (1996) Born to Be Virtual. In: *Dox: Documentary Flm Quarterly*, 9, S. 15.
- Goldstein, A. (1996) Total Cmmunication: Cross-examining the „Universality“ of Documentary. In: *Media International Australia*, 82, S. 30-39.
- Hughes, Peter (1995) *Documentary Cught in a Web?* In: *Metro*, 104, S. 45-51.
- Hughes, W.P. (1997) *The Documentary Project and Postmodernity*. Unpubl. Ph.D. Thesis, La Trobe University.
- Iseli, C. (1997) True Doc. In: *Dox: Documentary Film Quarterly*, 13, S. 13.
- Kilborn, R. / Izod, J. (1997) *Confronting Reality: An Introduction to Television Documentary*. Manchester: Manchester University Press.
- Krieg, Peter (1997) Docs Go Digital: Documentary in the Age of the Internet. In: *Dox: Documentary Film Quarterly*, 11, S. 12-13.
- Landow, George (1992) *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Leahy, G. (1996) Fidelity, Faith and Openness: Rescuing Observational Documentary. In: *Media International Australia*, 82, S. 40-47.
- Mitra, A. (1996) Nations and the Internet: The Case of National Newsgroup, „soc.cult.indian“. In: *Convergence* 2,1, S. 44-75.
- Nichols, Bill (1991) *Representing Reality*. Bloomington: Indiana University Press.
- Plantinga, Carl (1989) *A Theory of Representation in the Documentary Film*. Unpubl. Ph.D. Thesis, University of Wisconsin-Madison.
- Poster, M. (1994) A Second Media Age? In: *Arena Journal*, 3, S. 49-91.

- Poster, M. (1996) Postmodern Virtualities. In: *Future Natural. Nature/Science/Culture*. Ed. by G. Robertson, M Mash, L. Tickner, J. Bird, B. Curtis and T. Putman. London: Routledge.
- Rieser, M. (1997) Interactive Narratives: A Form of Fiction? In: *Convergence*, 3,1, S. 10-19.
- Roscoe, Jane / Hight, C. (1997) Mocking Silver: Reinventing the Documentary Project (Or, Grierson Lies Bleeding). In: *Continuum* 11,1, S. 67-82.
- Roscoe, Jane / Marshall, H / Gleeson, K. (1995) The Television Audience: A Reconsideration of the Taken-for-granted Terms 'Active', 'Critical' and 'Social'. In: *European Journal of Communication* 10,1, S. 87-109.
- Winston, Brian (1995) *Claiming the Real*. London: BFI.