

Einleitung: Einhörner und transmediale Welten

Einhörner mussten in ihrer Vergangenheit viel erdulden. Vorstellungen über diese Fabelwesen wurden in der Antike, im Mittelalter, in der Renaissance und in der Moderne gesammelt und in Naturkunde-bänden, in scholastischen Bestiarien und in wissenschaftlichen Enzyklopädiën tradiert. Man schrieb ihnen magische und heilende Kräfte zu, man erklärte, wie sie mit Hilfe einer keuschen Jungfrau zu erlegen seien, und die Assoziation mit der Jungfrau Maria ließ die Tiere nicht nur zu einer allegorischen Verkörperung Christi avancieren, sondern auch – offenbar im Zuge uneindeutiger Bibelübersetzungen – zu ihrem Gegenteil, einem Symbol des Diabolischen und des Bösen schlechthin (Cantzen 2019, 22) (Abb. 1).

Diese Entwicklung setzt sich bis heute fort. Wo Eihörner bereits früher auf Wandteppichen (Abb. 2), in Gemälden und auf Familienwappen zu finden waren, da sind sie auch heute in nahezu allen anderen denkbaren Medien vertreten. Und nicht nur bei Kindern, sondern auch bei vielen Erwachsenen erfreuen sich Eihörner einer großen Beliebtheit, weil sie darin häufig einen kitschigen, aber in den meisten Fällen liebevollen Verweis auf eine nostalgisch verklärte Jugend sehen. Dabei wurde inzwischen nicht nur dem Eihorn selbst, sondern auch dem selbstironischen Hype um das Fabelwesen herum ein kommerzieller Tribut gezollt: So ließ die deutsche Drogeriemarkt-Kette dm zwei Drachen auf dem Etikett eines Duschgels darüber streiten, ob einer der beiden das letzte Eihorn gefressen habe (Abb. 3).

Das Beispiel des Eihorns zeigt, dass bestimmte Topoi – wohl-bekannte und immer wieder abgerufene Gemeinplätze – uns über Jahrhunderte hinweg und in vielen verschiedenen Formen begleiten



Abb. 1–3: Illustration eines ›bösen‹ Einhorns (Aberdeen Bestiary, etwa 12. Jahrhundert); Episode aus der »Jagd nach dem Einhorn« (Serie von Wandteppichen, Brüssel um 1500); das letzte Überbleibsel des ›letzten Einhorns‹ auf einer Duschgel-Packung von dm (2016).

können. Dabei laufen sie nicht nur Gefahr, abgedroschen zu wirken, sondern überschreiten auch häufig die Grenzen von Medialität und Materialität. Es ist deshalb wahrscheinlich nur allzu passend, dass der amerikanische Medienwissenschaftler Henry Jenkins 2006 ein Einhorn zum Symbol für das Prinzip des transmedialen, also des medienübergreifenden Erzählens, erhebt.

In seinem viel rezipierten Text »Searching for the Origami Unicorn« erklärt uns Jenkins, dass Fans des Films *BLADE RUNNER* (Scott 1982) erst einen Medienwechsel von der Kinofassung zum Director's Cut des Films auf VHS oder DVD vollziehen müssten, um eine bahnbrechende narrative Enthüllung zu machen. Erst in der erweiterten Fassung, so Jenkins, findet der Protagonist Deckard ein äußerst suggestives Abbild des besagten Fabelwesens in seinem Hausflur (Abb. 4).¹ Dieses stammt offenbar aus der Hand seines ehemaligen

¹ An dieser Stelle muss festgehalten werden, dass sich Jenkins irrt: Das Origami Einhorn ist tatsächlich in *beiden* Schnittfassungen enthalten, von denen hier die Rede ist – was jedoch in der ursprünglichen Kinofassung des Films fehlt, ist

Polizeikollegen Gaff, der dem Basteln solcher Papiertiere gern in seiner Freizeit nachgeht. Möchte Gaff damit andeuten, dass er nur allzu gut mit den – offenbar implantierten und künstlichen? – Tagträumen Deckards vertraut ist, auf die wir als Zuschauer_innen in einer Parallelmontage einen kurzen Blick erhaschen konnten? Ist Deckard, der als Blade Runner auf das Jagen und ›pensionieren‹ von künstlichen Menschen spezialisiert ist, also selbst ein solcher Replikant? Für diejenigen, die diesen Medienwechsel vom Kino zum heimischen Fernseher mitgemacht hat, stellt die Verbindung zwischen den neu hinzugefügten Tagträumen Deckards und dem Origami Einhorn ein narratives Puzzleteil dar, welches das größere Ganze in einem völlig neuen Licht erscheinen lässt. Und wie die Figuren auf einem Wandteppich des christlichen Spätmittelalters werden wir als Rezipient_innen einer transmedialen Geschichte selbst zu Jäger_innen nach etwas Bedeutungsvollem. Unsere Trophäe ist aber kein sagenumwobenes Fabeltier, sondern unser Wissen um die ›richtige‹ Lesart des Films.

Derartige Topoi sind nun keineswegs statisch. Sie sind ständigen Dynamiken und Aktualisierungen unterworfen, um sich vom Ballast von aktuellen Trends, Geschmacksurteilen und einer sich stets wandelnden Rezeptionsgeschichte zu lösen. Dies lässt sich nicht zuletzt anhand des Sequels des Films, *BLADE RUNNER 2049* (Villeneuve 2017), zeigen. 30 Jahre später tritt das uns bekannte Einhorn selbst zwar nur noch wortwörtlich als Schatten in Erscheinung (Abb. 5), es manifestiert sich aber sowohl in einer figurativen als auch in einer thematischen Entsprechung. In *BLADE RUNNER 2049* wird das

eine Traumsequenz, die im späteren Director's Cut aus Ridley Scotts Film *LEGEND* (1985) hinzugefügt worden ist. Auch wenn Jenkins hier seine Einhörner durcheinander bringt, so bleibt der Effekt doch der gleiche: War das Origami Einhorn in der ersten Schnittfassung ein ambivalentes Symbol, so deutet der neu hinzugefügte Tagtraum Deckards eine Verbindung an, die Scott offenbar ursprünglich intendiert hatte: »Now, the unicorn in Deckard's daydream tells me that Deckard wouldn't normally talk about such a thing to anyone. If Gaff knew about that, it's Gaff's message to say, ›I've read your file, mate.‹ ... and therefore Deckard, too, has imagination and even history implanted in his head.« (Greenwald 2007)

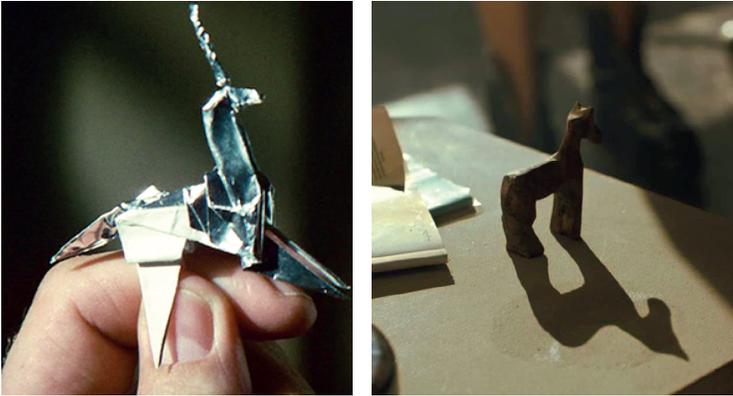


Abb. 4–5: Origami-Einhorn aus *BLADE RUNNER* (1982); das Holzpferd mit Einhorn-Schattenwurf in *BLADE RUNNER 2049* (2017).

filigrane Fabelwesen aus hauchdünnem Papier, das in einem nachgelieferten Bild die Identitätsfrage des Protagonisten Deckard auf den Kopf stellt, von einem aus grobem Holz geschnitzten Pferd abgelöst. Es ist ein Spielzeug, das anfangs als Teil einer implantierten Erinnerung auftaucht, sich bald darauf aber tatsächlich in den Händen des Protagonisten befindet.

Das Holzpferd wird in der Story des Films an das Kind einer Replikantin übergeben – ein Kind, das laut den Gesetzen der Erzählwelt des Films eigentlich gar nicht existieren dürfte. Mit dem Verweis auf die Möglichkeit, künstliche Menschen unbehelligt manipulieren und programmieren zu können, ruft das Pferd damit ein ganz ähnliches Leitmotiv wie jenes ab, welches das Einhorn im ersten Teil repräsentierte. Es geht aber noch einmal deutlich darüber hinaus, indem es ganz explizit die Frage thematisiert, welchen Wert man einer Erinnerung an ein Ereignis beimisst, das (möglicherweise) nie stattgefunden hat. Mit dem Austausch des Einhorns gegen das Holzpferd wird damit auch die klischeehafte Darstellung von großen, arglistigen Konzernen und ihren finsternen Machenschaften in einen anderen, weitaus komplexeren Zusammenhang überführt. Es werden Fragen über fik-

tive Welten aufgeworfen, die – obgleich sie nicht ›real‹ sind – doch sehr wohl ›für uns‹ geschaffen wurden. Der Protagonist K. wird damit zu einer Art Betrachterstellvertreter, der mit uns exemplarisch der Frage auf den Grund geht, wie wir mit narrativen Fragmenten und materiellen Versatzstücken umgehen, die wir erst mit einigen Mühen ausfindig machen können und denen wir eine bestimmte Bedeutung zuschreiben. Das, was laut Rilke vom Einhorn symbolisiert wird – »alle Liebe zum Nicht-Erwiesenen, Nicht-Greifbaren, alle[n] Glaube[n] an den Wert und die Wirklichkeit dessen, was unser Gemüt durch die Jahrhunderte aus sich erschaffen und erhoben hat« (Rilke, z. n. Hörisch 2005, 142) – schreibt sich somit noch etwas expliziter in das Holzpferd ein. Auf diese Weise wird es, um einen anderen Topos zu bemühen, auch zu einem trojanischen Pferd: einer Hülle für etwas, das diverse Diskurse, Ideen und Lesarten miteinander in Beziehung setzt und gewissermaßen ›einkapselt.‹ Es weist darauf hin, dass sich in seiner äußeren Form sprichwörtlich mehr Substanz verbirgt, als man es erwartet hätte – und dass es nur darauf wartet, hervorzutreten und seine vermeintlich ›wahrhaftige Bedeutung‹ zu entfalten.

Dies zeigt auch, dass transmediale Welten – also Welten, die von einem Medium oder mehreren Medien hervorbracht werden und ihre Figuren und narrativen Darstellungen über Mediengrenzen hinweg transportieren – keineswegs in einem Vakuum entstehen. Vielmehr entwickeln sie ihre Bedeutung in einem intertextuellen und transmedialen Netzwerk ständiger Bezugnahmen und Neuinterpretationen. Obwohl dies bereits vielerorts über diverse Phänomene in allen nur denkbaren Zeichensystemen gesagt worden ist, ist es deshalb nicht weniger zutreffend. Es gilt sowohl für medial erzeugte Versionen unserer Welt – unserer ›empirischen Wirklichkeit‹ – die einen diskursiven Anspruch auf ›Wahrhaftigkeit‹ haben (wie sie etwa von journalistischen oder wissenschaftlichen Publikationen erzeugt werden) als auch für Welten, die der Imagination entspringen und in der Regel als fiktiv eingeordnet werden. Diese Welten entstehen, sobald wir uns mit Artefakten beschäftigen, die etwas repräsentieren (vgl. Walton 1993, 107; Thon 2016, 37). Solche Repräsentationen wer-

den durch unsere Sinne aufgenommen und durch kognitive Reize in unseren Köpfen zu mentalen Modellen verarbeitet (Eder 2008, 169). Sie werden durch unser bereits vorhandenes Wissen kontextualisiert und unsere Beurteilung über sie verändert sich, wenn wir mehr über sie lernen, sie neu bewerten oder einzelne Aspekte wieder vergessen. Welten – in dieser Arbeit als dynamische, mentale Weltmodelle verstanden – entstehen aber nicht nur, wenn wir Malereien oder Wandteppiche betrachten, Skulpturen oder Holzschnitzereien ansehen und literarische Texte lesen. Sie werden auch hervorgebracht, wenn wir uns mit Filmen, TV-Serien und audiovisuellen Formen beschäftigen, die im Computer erzeugt werden. Solche Welten entstehen darüber hinaus aber nicht nur durch repräsentationale Einzelmedien, sondern können auch von einer ganzen Bandbreite verschiedener Medien dargestellt werden – transmedial und gewissermaßen ›in Serie‹ – deren Iterationen einen maßgeblichen Einfluss auf die Bildung eines bestimmten Weltmodells haben. Sie können es erweitern, beschneiden oder auch ganz neue Weltversionen hervorbringen.

Diese Arbeit beschäftigt sich mit transmedialen Welten, in denen Geschichten erzählt werden. Sie stellt die Frage, wie und auf welchem Fundament transmediale Erzählwelten erzeugt werden; wie sie im doppelten Sinne durch medienästhetische und narrative Elemente ›gebaut‹ (hier als »worldbuilding« bezeichnet, Wolf 2013) und rezeptionsästhetisch wahrgenommen, also im Geist ›gemacht‹ werden (hier als »worldmaking« bezeichnet, Goodman 2005). Dabei geht es weniger um die Aufstellung fester Taxonomien oder die Illustration kognitiver Schemata, sondern vor allem um die Untersuchung der narrativen Themen, die einer Welt ihre Identität verleihen und oftmals als ganz spezielle Topoi aktualisiert werden. Die narrativen, ästhetischen und technischen Darstellungsmöglichkeiten der jeweiligen Ausgangsmedien, welche die Entfaltung dieser Welten bedingen und unseren Umgang mit ihnen bestimmen, spielen dabei eine Schlüsselrolle. Während wir durch unsere Medienlandschaft »inferentielle Spaziergänge« (Eco 1996, 148) unternehmen, dienen die darstellenden Medien als Objektive, mit denen wir eine Welt betrachten und Informationen

über sie sammeln können. Durch sie gestalten wir die Komposition eines Weltmodells; wir wägen die Eindrücke über die Welt ab, ordnen sie, löschen bestimmte Bestandteile, ergänzen oder deformieren sie.

Komposition, Abwägung, Ordnung, Ergänzung und Deformation werden hier nicht ganz grundlos als charakteristische Prinzipien bei der Wahrnehmung von transmedialen Erzählwelten angeführt. Sie sind die fünf maßgeblichen Prinzipien, nach denen aus phänomenologischer Sicht sogenannte »Weisen der Welterzeugung« (Goodman 2005) angestoßen werden. Nelson Goodman zufolge werden sinnliche Erfahrungen und Informationen durch diese Prinzipien zu bestimmten, in der Regel divergenten Auffassungen von der Welt bzw. Weltversionen durch ein »Umschaffen« (ebd., 19; im Original »remaking«) bereits erlernter »Weltbausteine« verarbeitet. Die Anzahl solcher Bausteine kann dabei überaus groß sein und sie lassen sich auf ganz verschiedene Arten und Weisen zusammensetzen. Für narrative Welten – Welten, die durch Erzählungen entstehen – bedeutet das, dass diese Bausteine sowohl archetypische Figuren, Handlungselemente (als »intertextuelle Szenographien«, [Eco 1990, 119]) als auch größere Teile oder nur kleinere Ausschnitte bestimmter Settings umfassen. Durch die dargestellten Inhalte – aber auch die formästhetischen Mittel der Darstellung und die technischen Eigenschaften der darstellenden Medien – werden diese Bausteine auf eine bestimmte Art und Weise vorgeprägt; sie werden durch den Akt der Rezeption wahrgenommen und einem größeren mentalen Modell hinzugefügt. Dieses mentale Modell einer Erzählwelt stellt dabei den kleinsten gemeinsamen Nenner dar, in welchem verschiedene mediale Inkarnationen zusammenkommen können – es ist in gewisser Weise der Kitt, der die einzelnen Medienangebote inhaltlich zusammenhält.

Daran knüpft wiederum die Frage an, mit welchem medienwissenschaftlichen Instrumentarium diese Welten untersucht werden können. Bei einer analytischen Betrachtung von transmedialen Welten liegen diverse Karten auf dem Tisch, die für das Abfassen einer solchen Arbeit in Ordnung gebracht und zu einer Reihenfolge arrangiert werden wollen. Die Frage danach, »was die transmedialen Welten im

Innersten zusammenhält«, drängt sich dabei unweigerlich auf; aber anstatt hier die Disziplinen der »Philosophie, Juristerei und Medizin und leider auch Theologie« (Goethe [1808] 2000, 13) zu diesem Thema zu befragen, soll die Bemerkung genügen, dass bei einer solchen Untersuchung diverse Diskurse unweigerlich aneinanderstoßen, die im akademischen Tagesgeschäft üblicherweise getrennt voneinander betrachtet werden. Färbt der Inhalt eines Mediums auf den Inhalt eines zweiten Mediums ab, dann wird dieses Verhältnis, abhängig von der jeweiligen Betrachtungsweise, in der Regel als eines der folgenden Phänomene klassifiziert und beinahe von selbst mit gewissen Wertzuschreibungen versehen. Wenn ein medialer Inhalt sich in einem anderen Medium manifestiert, dann spricht man beispielsweise von ...

- 1) ... einer Adaption. Dabei wird der Inhalt eines Mediums in ein anderes semiotisches Zeichensystem übertragen, wobei – je nach Grad der ›Treue‹ zum ›Original² – der Inhalt des primären Mediums an das sekundäre Medium angepasst wird und mitunter als Sequel, Prequel oder Spin-Off fortgesetzt wird (für einen Überblick über die Adaptation Studies siehe etwa Leitch 2017). Ein literarischer Text wird zum audiovisuellen Bewegtbild des Films, das Filmbild zum interaktiven Computerspielbild, zum Comic, zum Hörspiel und so weiter. Der Inhalt eines zweiten Mediums wird zu einem zweiten Text, der selbstbewusst neben dem ersten Text stehen und in seiner Rezeptionsgeschichte sogar eine größere Bedeutung erlangen kann.
- 2) ... einem Paratext. Diese Textform, die sowohl inhaltlich als auch materiell *neben* einem Primärtext (dem narrativen Inhalt des Films,

2 ›Treue‹ und ›Original‹ sind in Bezug auf Medienadaptionen hochproblematische Begriffe, die in der Alltagssprache häufig auf einen bestimmten stilistischen ›Geist‹ oder inhaltlichen ›Kern‹ des ersten Werks referieren. Eine solche Reduzierung kassiert jedoch die vielfältigen Bedeutungsverschiebungen, denen gerade populäre Texte unterliegen können, ein und lässt sie eindimensional erscheinen. (vgl. Stam 2000)

des Buchs usw.) anzufinden ist, mag zwar von einer gewissen – mitunter sogar entscheidenden – Relevanz für die Entfaltung der Bedeutung eines Textes sein, da er, wie Genette formuliert, die »Schwelle zum Text« (1989) bildet und seine Interpretation ihn in gewisser Weise vorprägt. Sie fügt ihm inhaltlich jedoch nichts wesentlich Neues hinzu. Es sind, um mit John Fiske zu sprechen, sekundäre und tertiäre Texte (1987, 117), die häufig in sprachlicher Form Informationen über einen Primärtext liefern und somit in einer gewissen Hierarchie zu ihm stehen; es sind Namen von Autor_innen, Buchdeckel, Werbeanzeigen, journalistische Berichterstattung, oder Interviews mit Produzent_innen des Primärtexts. Ihre Funktion besteht vor allem darin, Orientierung für die Rezipient_innen zu liefern und die Textlektüre zu begleiten (Genette 2001).

- 3) ... einem Merchandise-Artikel. Als ein solcher stellt der Inhalt in den meisten Fällen eine eher oberflächliche Referenz dar, die in der Regel weder eine vertiefende inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Kerntext erfordert, noch eine orientierungsstiftende oder anleitende Funktion hat. Solche Artikel gewinnen meist lediglich durch ihre schmückende und oft spielerische Funktion an Bedeutung und werden für Fans eines bestimmten Medientexts vermarktet. Medialität stellt in diesem Falle nicht ausschließlich die Vermittlungsfähigkeit von Information dar, sondern manifestiert sich als greifbare Materialität; sie markiert eine bestimmte Vorliebe, die offen zur Schau gestellt wird. Der Inhalt manifestiert sich auf T-Shirts, Postern, Kaffeebechern, in Actionfiguren, Brettspielen und anderen Tie-In-Artikeln. Sie dient vorrangig dazu, um für Sympathisanten eines bestimmten Stoffs, eines geistigen Eigentums oder einer narrativen Marke die Ressource für ein bestimmtes (sub-)kulturelles Kapital (Bourdieu 2014) zu liefern.

Eine solche Einteilung ist fraglos streitbar: Mediale Übergänge können fließend sein und schließen sich nicht gegenseitig aus; journalistische Berichterstattung wird ebenso ›verkauft‹ wie ein Merchandise-Artikel