

## › BEING BORING ‹ ODER MEDIEN DER MUßE

›Fast Gadgets‹, ›Slow TV‹ und die Wahrnehmung des Jetzt

*Robin Curtis*



In einer Zeit, die durch Beschleunigung, Zeitnot und das neoliberale Diktat der Effizienz im öffentlichen wie privaten Leben (denn hier sollte keine Unterscheidung mehr gemacht werden) geprägt ist, pflegen die Verschwendung und die Popkultur ein enges Verhältnis miteinander. Wie die Mode erklärt die Popkultur oft das scheinbar Überflüssige kurzum zum kulturell Essentiellen. Dies wirft immer wieder die Frage auf, ob die Verpflichtung zum Konsum die Effekte der Muße so sehr überdeckt, dass man nur noch von der Vermarktung der Langeweile als neuer Unterhaltungsform sprechen könnte. Oder verleiten diese unnützen Erscheinungen zu Momenten der medialisierten Muße? Wie verschwendet man zeitgemäß Zeit?

29

Der ›Fidget Spinner‹ ist das ›Gadget‹ des Jahres 2017. Der kleine, dreieckige, auf den ersten Blick gänzlich funktionsfreie Apparat, der mittels eines Kugellagers in der Mitte und mit Hilfe von drei Gewichten in den Ecken zum extrem glatten und lang andauernden ›Spinnen‹ – also zum Rotieren – gebracht werden kann, wurde bereits im Frühjahr zum popkulturellen Kontemplationsobjekt des Jahres gekürt. Viel gesehene Filme auf YouTube belegen mit und ohne Ironie, wie wenige Einsatzmöglichkeiten das Objekt jenseits des selbstverständlichen Rotierens anbietet. Titel wie »How to use a Fidget Spinner!« (vom 28.01.2017 mit 8.056.949 Sichtungen bis zum 25.11.2017) oder die mit offener Ironie gedrehten »Fidget Spinner Tricks with a Professional Fidgeter« (vom 22.03.2017 mit 12.911.661 Sichtungen bis zum 25.11.2017) sowie »5 Awesome Fidget Spinner Tricks« (vom 26.06.2017 mit 9.582.287

Sichtungen bis zum 25.11.2017) belegen sowohl die Suche nach als auch den Mangel an erweiterten Anwendungsmöglichkeiten. Trotz dieser ernüchternden Demonstration der Sorten von Tricks, die man mit dem kleinen Kunststoffgegenstand vorführen kann, kam es in der Verkaufsgeschichte des Objekts, das bereits seit vielen Jahren hergestellt wird, jedoch erst Anfang 2017 durch solche YouTube-Clips zum plötzlichen »Fidget-Spinner«-Boom.

Ein zweites Argument für die Beschäftigung mit dem Gegenstand ist etwa zur selben Zeit aufgekommen, nämlich dass das Fokussieren der Aufmerksamkeit auf das sich um die eigene Achse drehende Objekt für Menschen mit Aufmerksamkeitsstörungen (von ADHS bis Autismus) hilfreich sein kann. Neurotypische Verbraucher fühlten sich offenbar hauptsächlich von diesem Versprechen angesprochen. Jene Behauptung der Werbung wurde jedoch schnell von Forschern (der pädiatrischen Medizin etwa oder der Pädagogik) widerlegt, die das Gegenteil fanden: Die Bewegung des Körpers an sich ist für ADHS-Leidende z.B. aufmerksamkeitsfördernd, denn diese Bewegung bringt kompensatorische Effekte mit sich. Eine erzwungene Ruhe (etwa durch die Auseinandersetzung mit einem »Fidget Spinner«), die vor allem für den außenstehenden Beobachtenden beruhigend wirkt, ist jedoch für die Konzentration der Leidenden eher schädlich.

Der »Fidget Spinner« steht in einer langen Tradition von Objekten, die durch die Kontrastierung von Stillstand und Bewegung und von Aktivität und Passivität eine Haltung der Teilhabe stillschweigend induzieren, die von Yoyos (seit den 1920er Jahren), Slinkies (ab den 1940er Jahren), dem Kugelstoßpendel (im Chefbüro der 1960er Jahre), Clackers (gefährlichstes Spielzeug der 1970er Jahre, vom Verbot in den 1980er Jahren gefolgt) bis etwa zum Zauberwürfel von Ernő Rubik (1980er Jahre) reicht. Auf welchen Ebenen sprechen uns diese Apparate und Spielzeuge an? Handelt es sich um eine produktivitätsfördernde Fokussierung der Aufmerksamkeit, um eine ludische Attraktion, d.h. um die Einübung von körperlichem Geschick bzw. um den körperlichen Sinn für Raum und Zeit?

Neuere wissenschaftliche Diskussionen (etwa von Mary Ann Doane oder Tom Gunning) der protokinematografischen »philosophischen Spielzeuge« des 19. Jahrhunderts wie etwa des Thaumatrops, Zoetrops oder des Phenakistiskops, die die Funktionsweise des Sehvermögens thematisiert haben, heben die phänomenologischen Aspekte der Nutzung hervor und hinterfragen die (sonst bisher in der Forschung immer thematisierte) illudierende Funktion der Geräte. Das Spiel mit dem Objekt bleibt für Doane und Gunning die Hauptsache.

Analog dazu lenken Geräte wie »Fidget Spinner« den Blick auf die Erfahrung mit und Beteiligung an einer nicht enden wollenden Bewegung selbst. Während man hier behaupten könnte, dass wir es mit einem Objekt zu tun haben, was als eine Konkretisierung von Paul Virilios Begriff vom »rasenden Stillstand« verstanden werden kann, wäre es m.E. sinnvoller, anstatt der Projektion

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

einer solchen verallgemeinernden Perspektive auf das Objekt zu fokussieren, also die spezifische Form von Bewegung, die durch das »Gadget« ermöglicht wird, in Betracht zu ziehen: Ist es ein Rasen oder nicht viel eher ein Schweben? Wenn man von den Versprechungen der Produktivitätserhöhung, womit »Fidget Spinner« beworben wurden, absieht, bleibt das seidige Gefühl der Kugel in Bewegung, die unerwartete Dauer dieser Bewegung in Erinnerung.

Das Ergebnis der Wahrnehmung dieser glatten Bewegung ist eine »flow«-ähnliche Erfahrung: Das Wort »flow« wurde von dem Psychologen Mihály Csíkszentmihályi geprägt und verweist auf den genussvollen Zustand des »Fließens«, der bei der Konzentration auf eine Aktivität zu erleben ist, und aus dem Gleichgewicht zwischen der eigenen Kompetenz und dem Schwierigkeitsgrad jener Aufgabe resultiert. Während man schon komplizierte Tricks mit dem Yoyo machen konnte, waren die meisten bereits mit der Auf- und Ab-Bewegung vollkommen zufrieden. Ähnlich geht es bei dem »Fidget Spinner« zu; nur ist

hier der relative Stillstand der Person, die den ›Fidget Spinner‹ in der Hand hält, die Voraussetzung für das glatte Drehen des Kugellagers. Somit wird ein Kontrast zwischen Selbst und Objekten der Welt spürbar.

Eine Grundannahme für die Analyse des individuellen sowie kollektiven Zeitgefühls in der Gegenwart, die von Hartmut Rosa in seinem Buch »Beschleunigung« unternommen wird, ist, dass unsere Zeitwahrnehmung als Teilnehmende in einer Gesellschaft eine Synchronisierung voraussetzt: Wenn wir von unserer Zeit sprechen, meinen wir somit gleichzeitig das Zeitempfinden in Bezug auf das Zeitgefühl unserer Tage, in Bezug auf das Leben als Ganzes (den Zeithorizont) und in Bezug auf unsere Epoche. Diese dreifaltige Struktur wird derzeit im norwegischen ›Slow TV‹ reflektiert und ist ein wesentlicher Grund für die Erfolgsgeschichte dieses Formats, das es bereits seit 2013 beim norwegischen Fernsehsender NRK gibt. Diese Sendung wurde Mitte 2016 zum internationalen Phänomen; seit August 2016 ist eine Palette an norwegischen ›Slow-TV‹-Sendungen bei Netflix in den USA, in Kanada, Großbritannien und in anderen Ländern (jedoch nicht in der BRD) zu sehen (und diese Sendungen werden rege von der Medienlandschaft in diesen Ländern beobachtet und kommentiert).

Zunächst gaben Zugfahrten durch die karge Landschaft Norwegens die Struktur dieser Sendungen vor: Die Zugfahrt auf der Strecke zwischen Bergen und Oslo wurde im November 2009 über sieben Stunden in ihrer gesamten Länge gezeigt. Ähnlich wie im Fall der ›phantom rides‹ – ein sehr beliebtes Format der frühesten Filmgeschichte – wurde die Kamera vorwärts schauend aus dem Vorderfenster der Lokomotive aufgebaut und nahm aus dieser Perspektive die langsame Veränderung der Landschaft auf. Daraufhin folgten 2010 zwei weitere Zugfahrten, die kürzer waren, aber zunehmend erfolgreich mit bis zu 40% Marktanteil beim Publikum für die dritte Reise mit der ›Fläm-Line‹-Bahn.

Vorbilder für ein solches Format gab es in der Fernsehgeschichte durchaus. Berliner Fernsehzuschauer der 1990er Jahre werden sich daran erinnern können, nachts eine ähnlich aufgenommene S-Bahnfahrt sehen zu können. Bereits ab 1986 gab es in Toronto den sogenannten »Night Walk« (einen Spaziergang durch die nächtlichen Straßen der Stadt mit einer ›Steadycam‹ aufgenommen) und die sog. »Night Ride« (von einem Auto aus aufgenommen), die allnächtlich von dem lokalen »Global TV Network« ausgestrahlt wurden. In diesen beiden Fällen wurden zwischen 1986 und 1993 dieselben zwei Aufnahmen jede Nacht ausgestrahlt. Weder die S-Bahnfahrten noch »Night Walk« bzw. »Night Ride« können jedoch als Massenphänomene bezeichnet werden. Beide Beispiele sind für den Sender finanziell gewinnbringend gewesen, weil die Produktionskosten so niedrig waren. Sie sind als nur bei Schlaflosen und Insassen von Gefängnissen gern gesehene Sendungen als Spartenphänomene zu betrachten.

Aber die Eigenart der norwegischen ›Slow-TV‹-Sendungen zeigt sich sowohl in der Vielfalt des Formats als auch in der überwältigenden Beliebtheit

dieser Sendungen für die inländische Bevölkerung. Bei der Schifffahrt im Juni 2011 an der Küste von Bergen nach Kirkenes im äußersten Norden des Landes entlang, die insgesamt 134 Stunden dauerte, schaute zeitweise beinahe die Hälfte der Gesamtbevölkerung des Landes zu. Gleichzeitig weitete sich ab 2011 das Format rasch aus: Die erste Person bzw. subjektive Perspektive der Kamera wurde aufgegeben und wesentlich kommunikativere Situationen wurden eingeführt: Man sah 2012 den ersten (ganzen, d.h. 24-Stunden-)Tag der Lachsfangaison (›Lakseelva - minutt for minutt‹). Geredet wurde zuerst über Angeln und Angeltechniken, und anschließend wurden die vielen Anglerinnen und Angler gezeigt, die die (sehr helle) Nacht über im Fluss standen. Schlicht, es war ein wesentlich geselligeres Unterfangen, das gleich viel mit nationalem Selbstverständnis wie mit Alltagspraktiken und geteilten Erfahrungen zu tun hatte. Es folgten weitere Beiträge wie zum Beispiel 2013 die »nationale Feuer nacht« (›nasjonal vedkveld‹), wo über 13 Stunden die beste Art, Brennholz zu lagern und Lagerfeuer zu bauen, von diversen Beteiligten diskutiert wurde. Natürlich gab es zum Schluss einen ausführlichen Blick (über acht Stunden lang) auf ein (erfolgreich) brennendes Feuer. Bis heute setzt sich dieses Format fort.

Die kommunikativen Einbrüche in die Monotonie der Beobachtung, die es beim norwegischen ›Slow TV‹ seit 2011 immer wieder gibt, deuten auf die spezifischen Formen des Zeitempfindens, die hier – im Gegensatz zu früheren Modellen des ›Slow TV‹ – eingesetzt werden. Die frühen Formate (»Night Ride«, »Night Walk« sowie »S-Bahnfahrt« oder Ähnliches) deuten auf eine Sony-Walkman-ähnliche Form von isolierter kinetischer Erfahrung, eine Kontemplation und Konzentration des Individuums auf seine Isolation im gesellschaftlichen Raum. Dabei wird eine ›flow‹-ähnliche Erfahrung in dieser Bewegung ermöglicht: Die Dinge der Welt scheinen sich in Übereinstimmung mit der Musik, die man hört (ob beim Walkman-Hören oder »Night Ride«-Schauen), zu bewegen: Alles scheint im Einklang zu sein und wird (wenn es gelingt) zu einer medial vermittelten Form der Mußerfahrung.

Das Alleinstellungsmerkmal der neueren Formen des ›Slow TV‹ aus Norwegen ist die Einbettung dieser langen individuellen Beobachtungen in die Zeiterfahrung des Kollektivs: Somit wird das Zeitgefühl unserer Tage in Bezug auf das Leben als Ganzes (Zeithorizont) und in Bezug auf unsere Epoche in einer Sendung zugleich thematisiert und erfahrbar gemacht. Gezeigt wird, wie, ob beim Stricken, Angeln oder Lagerfeuer-Anlegen, Norweger es vermeiden, gelangweilt zu sein: indem sie sich auf jene Tätigkeiten fokussieren und sie als kollektive Erfahrungen verstehen, die vielleicht langweilig aussehen, aber eine gemeinsame Zeiterfahrung spürbar machen. Es mag womöglich nicht besonders ›stylish‹ aussehen, aber es handelt sich nichtsdestotrotz um dasselbe Prinzip wie bei den Pet Shop Boys: »We were never being boring 'cause we were never being bored.«