

»Werd ich zum Augenblicke sagen: Verweile doch! Du bist so schön!«

Mediale Inszenierungen der ›Aura des Moments‹

ROLF PARR

Ohne Kamera ist der besondere Moment als Einzelner gar nicht auszuhalten.¹

I

Augenblick, Versenkung in den Augenblick, lustvolle Augenblickshaftigkeit, Epiphanie, Epiphanie der Dinge, Epiphanieerfahrung, -texturen, Gegenwärtigkeit, erlebte Gegenwärtigkeit, multiple Gegenwärtigkeit, Gegenwartserleben, Innehalten, jetzt, das Jetzt, Jetzt-Erleben, Moment, außerordentlicher Moment, emphatisch erlebter Moment, heldischer Moment, Moment des Entscheidens, Ausdehnung des Moments, Präsenz, Präsenzerfahrung, Präsenzzinseln, Präsenzifikation, Stillstand, Zeitblasen, Zeiterfahrung – das Spektrum der Begriffe, Konzepte und vorbegriffliche Zugriffe, mit dem versucht wird, sich dem Gesamtkomplex der Präsenzerfahrungen anzunähern, ist so breit angelegt, dass die Gefahr droht, die Gemeinsamkeiten, die durchgehenden roten Fäden, aus dem Blick zu verlieren.

Dem soll im Folgenden dadurch zu begegnen versucht werden, dass, wenn auch nicht alle genannten Konzepte, so doch zumindest einige unter der Formel ›Aura des Moments‹ zusammengefasst werden, womit ein lockerer Bezug zu Walter Benjamins Aura-Begriff hergestellt wird, wie er ihn im Kunstwerk-Aufsatz entwickelt hat: »Was ist eigentlich Aura? Ein sonderbares Gespinnst aus Raum und Zeit: einmalige Erscheinung einer Ferne, so nah sie sein mag.«²

1 | Roman Ehrlich: Nadeln und Karten. In: schliff. Literaturzeitschrift 7 (2017): *Reisen*, S. 15–19, hier S. 15.

2 | Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit [Erste Fassung 1936]. In: Ders.: *Gesammelte Schriften*. Hg. von Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser. Bd. I,2. Frankfurt am Main 1991, S. 431–469, hier S. 440. – Vgl. dazu Rolf Parr: Konzepte von Wiederholen/Wiederholung in Medientheorien. Eine (unvollständige) Bestandsaufnahme. In: *Wiederholen/Wiederholung*. Hg.

Benjamin unterscheidet das Kunstwerk ›mit Aura‹ zunächst von seiner technischen Reproduktion, kommt in den Abschnitten zum Kino aber indirekt dahin, zu sagen, dass die jeweilige Aufführungssituation durchaus einmalig ist und dann doch wieder ›Aura‹ haben kann. Daran und an die Verbindung von Raum und Zeit anknüpfend, wird der ›Aura‹-Begriff hier auch für neuere Medien wie das Fernsehen in Anspruch genommen: »Die Erfahrung der Aura als ein atmosphärisches Wahrnehmungsgeschehen reicht in die Ferne des Raums und der Zeit; und sie ist gebunden an besondere Konstellationen, in denen sie sich einstellt.«³

Zugrunde liegt dem zunächst einmal die Beobachtung, dass zahlreiche Medien und medialen Formate Präsenzerfahrungen als ›Aura des Moments‹ inszenieren. Das Spektrum reicht von Werbespots (z. B. für Handwerkermärkte), bei denen der Film für einen Moment still zu stehen, zumindest aber stark verlangsamt zu laufen scheint, geht über alle Formen des ›uneigentlichen Innehaltens‹, wie etwa Zeitlupenwiederholungen in der Sportberichterstattung, die ebenfalls den Moment feiern und bisweilen durchaus den Charakter von Epiphanien haben, und reichen in Nachrichtenformaten wie der *Tagesschau* bis hin zur immer wieder vorkommenden Formel des nötigen politischen ›Innehaltens‹ bei einschneidenden Ereignissen (Anschlägen, Naturkatastrophen, gescheiterten Sondierungsgesprächen etc.⁴); in Tageszeitungen finden sich vor allem *Bilder* des Innehaltens (fast alle prämierten journalistischen Fotos der letzten Jahre zeigen solche Momente, wobei das mediale Innehalten *qua* Fototechnik so etwas wie die notwendige, das auf der Ebene des Dargestellten zu sehende Innehalten die hinreichende Bedingung bildet); schließlich wären alle medialen Arrangements der Selbstbeobachtung zu nennen (vom Selfie und seiner Verbreitung in sozialen Medien bis hin zum Public Viewing), die der ›Aura des Moments‹ ebenso huldigen, wie sie diese allererst medial herstellen.⁵ Twitter etwa hat ein neues Format »moments« eingeführt; und ebenfalls für Twitter lässt sich beobachten, dass sich Tweets der Art »Berlin-Mitte. Jetzt« häufen.

Vor diesem Hintergrund ist die Frage zu stellen, ob sich so etwas wie eine mediale Typologie oder sogar Systematik des ›Innehaltens‹ (bzw. des besonderen

von Rolf Parr, Jörg Wesche, Bernd Bastert und Carla Dauven-van Knippenberg. Heidelberg 2015, S. 15–29.

3 | Burkhardt Lindner: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Benjamin-Handbuch. Leben – Werk – Wirkung. Hg. von dems. unter Mitarbeit von Thomas Küpper u. Timo Skrandies. Stuttgart/Weimar 2006, S. 229–251, hier S. 237.

4 | Als ein Beispiel unter vielen: Tobias Blasius: Laschet ruft »Moment des Nachdenkens« aus. Die NRW CDU stellt beim Parteitag rund ein Drittel der Delegierten. Doch ob ihr Chef für den Vorsitz kandidiert, lässt er offen. In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung vom 31. Oktober 2018, S. 3.

5 | Für zahlreiche Hinweise und Denkanstöße danke ich Victoria Bläser, Markus Engels und Thomas Küpper.

Moments) entwickeln lässt, was umfangreiche Forschungsarbeit allererst nötig macht, sodass hier eher ein erster, additiv expandierter Problemaufriss geboten werden kann, als schon wirkliche Ergebnisse. Trotzdem soll eine Hypothese gewagt und probeweise behauptet werden, dass Präsenzerfahrungen, Huldigungen des Augenblicks und auch Epiphanien – sofern sie nicht bloße Individualerlebnisse bleiben – erstens der Inszenierung bedürfen und daher ganz eminent auf Medien angewiesen sind, und dass die Feier des Augenblicks, sobald Medien ins Spiel kommen, – zweitens – auf verschiedenste Formen der Wiederholung angewiesen ist. Denn erst das strukturelle mediale Element der Wiederholung scheint in der Lage zu sein, die besondere auratische Bedeutung eines Augenblicks medial herauszustellen, sie erfahrbar, und das heißt: sicht- und hörbar, zu machen. Wird die medial inszenierte Wiederholung, die die Aura des Moments konstituiert, erneut aufgegriffen und wieder in die Realität hinein appliziert, dann wird aus der den auratischen Moment konstituierenden Wiederholung ein Ritual oder doch zumindest – wie etwa im Computerspiel – eine Routine.

Soweit die noch ganz vorläufigen und lediglich rudimentären Vorüberlegungen, die im Folgenden an einer Reihe von Beispielen aus verschiedenen Medien und Medienformaten illustriert werden. Begonnen wird mit der bildenden Kunst, von dort aus zum Printmedium Zeitung übergegangen, um dann verschiedene audiovisuelle Medienformate in den Blick zu nehmen.

II

Eine spezifische künstlerische Form der Inszenierung des Augenblicks stellen die frühen Videoinstallationen von Nam June Paik dar, in denen er etwa den ro-dinschen *Denker* (*Le penseur*) vor eine Videokamera stellte, die diese Plastik zeigte, sobald ein Ausstellungsbesucher dahinterstand, aber auch diesen. Die Wiederholung des Kunstwerks auf dem Weg über die Videoinstallation machte es somit möglich, dass der Besucher den *einen* Moment des Daran-Vorbeigehens als einen gleichsam anderen, nur für diesen Moment existierenden Zustand des Kunstwerks erfahren konnte. Der ästhetische Reiz ist hier an den einen, kurzen Moment und an das Arrangement der technisch-medialen Wiederholung gebunden. Damit wird ästhetisches Erfahren zu einem Differenzphänomen, was die Popkunst bei Andy Warhol, Roy Lichtenstein und anderen in Form nicht-identischer Wiederholung in vielfältiger Weise zu ihrem Prinzip gemacht hat: Mao, Marilyn und die Campbell-Suppendosen in einer ganzen Reihe von farblichen Abschattierungen. In etwas abgewandelter Form, aber durchaus ähnlich, funktionieren auch die *Simultanbilder* Anna von Bassens, die die Zeitlichkeit von Abläufen wieder zu Momenten der Gleichzeitigkeit synchronisieren.⁶

6 | Vgl. www.anna-von-bassen.de/_bassen/weiche.html (alle Verweise wurden vor Drucklegung überprüft). Vgl. zur Zeitlichkeit der ästhetischen Erfahrung André Bucher/

Auch in den Printmedien wird der besondere Moment vielfach erst rückblickend durch seine Wiederholung konstituiert, so etwa als die *BILD* der Ausgabe vom 11. September 2002 im Maßstab 1:2 noch einmal diejenigen Sonderseiten beilegte, mit denen sie ein Jahr zuvor über das Ereignis ›9/11‹ berichtet hatte: »Heute liegt *BILD* ein historischer Nachdruck vom Terror-Tag bei – zum Aufbewahren für alle Zeit.« Dadurch markierte *BILD* nicht nur den 11. September 2001 als historisches Datum, sondern legte mit den ausgewählten Bildern das reale wie auch das diskursive Ereignis ›9/11‹ auf den Moment der brennenden Twin Towers fest, wie es die unendlichen Loops des Fernsehens schon in den beiden Tagen unmittelbar nach dem Anschlag getan hatten. Im Falle von *BILD* geschieht dies aber medienspezifisch als Zeitungsselbstzitat, das zugleich die eigene Berichterstattung als historischen Moment – wenn man so will: als historisiertes ›Jetzt‹ – erscheinen lässt. Betont wird dabei die persönliche Erinnerung der Leserinnen und Leser, was die mediale Wiederholungsstruktur noch einmal verstärkt und bestätigt: »Der 11. September war ein Tag, der die Welt veränderte. [...] Jeder weiß, wo er vor einem Jahr war, als durch den Terror 3 000 Menschen im World Trade Center starben.«⁷

Die Selektion eines bedeutsamen Augenblicks, des ›Jetzt‹, durch mediale Wiederholung und anschließende Historisierung sowie den Bezug auf den Moment, in dem der Einzelne es erlebt hat, geschieht nicht nur bei solchen Einschnittereignissen wie ›9/11‹; man findet sie regelmäßig vor allem im Bereich des Sports. Das Finale der Fußballweltmeisterschaft der Männer 2014 mit dem Sieg der deutschen Nationalmannschaft wurde in der Berichterstattung der Printmedien als ›geschichtlicher Augenblick‹, als ›für immer bedeutsam bleibend‹ attribuiert. Der *Focus* beispielsweise produzierte für das erste Heft nach der WM eine Sonderbeilage zum Sieg, betitelt: »Ein Sammler-Heft für die Ewigkeit«.⁸ Auf einer Webseite des Magazins war die Rede von einem »Gold-Moment«: »Mario Götze macht den WM-Sieg klar.« Und in einem Leserkommentar dazu hieß es:

Marco Baschera: Zum Begriff der Präsenz in Literatur und Kunst. In: Präsenzerfahrung in Literatur und Kunst. Beiträge zu einem Schlüsselbegriff der ästhetischen und poetologischen Diskussion. Hg. von André Bucher u. Marco Baschera. München 2008, S. 7–13.

7 | Noch heute bietet die *BILD* auf ihrer Webseite die Sonderseiten vom 12. September 2001 zum Download an: www.bild.de/media/verweis1-9692678/Download/2.bild.pdf.

8 | Vgl. www.lifepr.de/inaktiv/hubert-burda-media-holding-gmbh-co-kommanditgesellschaft/Schwelgen-mit-Focus-Special-zum-WM-Triumph/boxid/498667.

Götzes ›goldenes Tor‹ wird genauso in Erinnerung bleiben, wie Helmut Rahns Siegtor 1954, Gerd Müllers Siegtor 1974, oder Brehmes Elfmeter kurz vor Spielschluß im Jahr 1990. Davon werden wir auch noch unseren Kindern und Enkeln erzählen.⁹

Indem das spätere Wiederholtwerden *qua* Erinnertwerden bereits direkt beim Eintreten des Ereignisses vorweggenommen wird, schreibt sich die Wiederholungsstruktur schon in das Ereignis selbst ein; das ›anfängliche Sehen‹ des Ereignisses trägt insofern bereits Züge des ›Wiedersehens‹, der Wiederholung. Interessant ist schließlich, dass solche Ereignisse wie WM-Siegtore in den Printmedien über Fernsehkommentare (beziehungsweise, was die WM 1954 betrifft: Radiokommentare) erinnert werden, was zugleich wieder Reproduktion des auratischen ›Jetzt‹-Moments bedeutet, der seinerseits schon durch Wiederholung erzielt wurde. Für das Fernsehen wird damit deutlich, dass es als Medium »gegenwartsfixiert und ahistorisch« ist; dass »seine Darstellungsformen [...] eine Vielzahl retardierender Momente« enthalten, »wodurch ständig zwischen Statik und Dynamik« hin und her gewechselt wird.¹⁰

III

(Kino-)Film und Fernsehen steht – um zu den audiovisuellen Medien zu wechseln – eine breite Palette von Verfahren der Wiederholung zur Verfügung,¹¹ darunter die für die Frage nach der Aura von Momenten wohl wichtigste der Zeitlupenwiederholung, wie sie aus der Sportberichterstattung kaum mehr wegzudenken ist: Das gerade gefallene Tor wird noch einmal (und vielleicht sogar mehrmals aus unterschiedlicher Perspektive) in Zeitlupe gezeigt und dadurch aus dem Flow des Programms, der Sendung bzw. Übertragung und nicht zuletzt auch dem Fluss des Spiels herausgelöst und mit einer ganz besonderen Intensität aufgeladen. Ist das Fernsehen eigentlich ein Medium der Zeitökonomie, so wird bei Zeitlupenwiederholungen geradezu verschwenderisch mit der Ressource Zeit umgegangen und der Moment zeitlich maximal ausgedehnt. Von daher ist die Zeitlupenwiederholung die vielleicht intensivste der die Aura eines Moments konstituierenden Formen der medialen Wiederholung in Film

9 | Vgl. www.focus.de/sport/videos/siegtor-im-finale-in-rio-der-goldmoment-mario-goetze-macht-den-wm-sieg-klar_id_4317225.html.

10 | Heike Klippel/Hartmut Winkler: »Gesund ist, was sich wiederholt«. Zur Rolle der Redundanz im Fernsehen. In: Aspekte der Fernsehanalyse. Methoden und Modelle. Hg. von Knut Hickethier. Münster 1994, S. 121–135, hier S. 126.

11 | Das Spektrum reicht von so einfachen, nicht oder wenig bearbeitet wiederholten Szenen wie etwa derjenigen der Prophezeiung in *MATRIX* (Vereinigte Staaten, Australien 1999. Regie: Lana u. Lilly Wachowski) bis hin zu so komplexen Formen der Wiederholung wie Remakes.

und Fernsehen. Was die Sportberichterstattung angeht, ist sie neben erzielten Toren, Punkten und anderen Wertungen vielfach auch beim Tor- bzw. Siegesjubiläum anzutreffen, also immer dort, wo es gilt, emotionale Momente besonders herauszustellen.

Auch im Sport können diese so stark hervorgehobenen auratischen Momente von der Ebene der Berichterstattung aus wieder in die Sportrealität hinein appliziert werden, womit sie – geschieht das vielfach und regelmäßig – zugleich ritualisiert werden. Nimmt beispielsweise ein Fußballer nach geschossenem Tor die typische Siegerpose des Ausnahmesprinters Usain Bolt ein oder zeigt sein mit den Fingern nachgebildetes Herzchen den Liebsten auf den Zuschauerrängen (wohlwissend um die Kamera, die ihn gerade in Großaufnahme in den Blick nimmt), dann werden damit auratische Momente zitiert und zugleich paradigmatisch akkumuliert. Auf einer Metaebene geschah dies, als Whitney Houstons Song *One moment in time* bei den Olympischen Spielen 1988 in Seoul reüssierte und in diesem pragmatischen Kontext fast schon so etwas wie eine Handlungsanweisung an die Zuschauer darstellte, das Wettbewerbsgeschehen auf auratische Einzelmomente hin zu scannen, ja es geradezu in solche zu zerlegen.

Bleiben wir noch ein wenig beim Fernsehen, wechseln aber das Genre hin zu Fernsehserien und -filmen. Bei beiden lässt sich eine neue Entwicklung in der Akzentuierung von wichtigen und bisweilen eben auch auratischen Momenten feststellen, denn es wird nicht mehr das, was für den Zuschauer viel zu schnell passiert, noch einmal in Zeitlupe wiederholt, sondern es sind die besonders stark auf Geschwindigkeit, Action und Handlung hin angelegten Szenen, die *gleich* und *nur* in Zeitlupe gezeigt werden. Als Beispiel kann die Folge *Filmriss* (2) der ZDF-Serie *Die Bergretter* vom 30. September 2017 dienen, in der einer der Bergretter mit einem wichtigen Medikament in größter Eile per Cross-Motorrad zu einer Berghütte fahren muss, wobei die wichtigsten Momente in Zeitlupe gezeigt werden. Möglich ist das, da es das Fernsehen mit erfahrenen Zuschauern zu tun hat, die geradezu trainiert darauf sind, Zeitlupen als Markierungen besonders wichtiger Momente wahrzunehmen, sodass es der Akzentsetzung durch Wiederholung gar nicht mehr bedarf. Die Wiederholung scheint der Zeitlupe hier bereits inhärent zu sein und beidem zusammen der auratische Moment. Das gilt ähnlich auch für Computerspiele und die Fernsehwerbung, die die Zeitlupe inzwischen für sich entdeckt haben. So zögert eine Baummarktreklame wie die von Hornbach aus dem Jahre 2012 den hochgradig emotional besetzten Moment des Einschlagens des letzten Nagels durch die Zeitlupe gleichermaßen heraus, wie sie diesen Moment dadurch mit Emphase auflädt, dass Rehe in der Natur ebenso zuschauen wie Engel und schließlich sogar eine riesige Menschenmenge;¹² und auch der

12 | Hornbach »Festival«. The new Hornbach spring campaign 2012, online unter www.nhb.de/en/projects/details/hornbach-festival.html.

schöne Mann aus der Cola-Reklame wird in minimaler Slow Motion gezeigt, sodass man gleichermaßen die Cola wie auch den Anblick des sie bringenden Adonis regelrecht auskosten kann.¹³

IV

Zum Abschluss soll noch einmal auf den Bereich Fußball zurückgekommen, dabei aber das Medium und der soziale Kontext seiner Einbettung gewechselt werden, jedenfalls teilweise. Gehen soll es nämlich um das Szenario des Public Viewing, das eine besonders komplexe Form der Inszenierung von Momenten des Hier und Jetzt darstellt: Eine Menschenmenge steht vor einer Projektionsfläche, auf der abwechselnd das Spielszenario im mehr oder weniger weit entfernten Stadion zu sehen ist und die davorstehende Menschenmenge selbst. Hundertfach wird in dieser Menge das Handy genutzt, um Fotos von der Videowand mit der Menschenmenge, also mit sich selbst, zu machen, oder von sich selbst vor der Videowand ein Selfie, womit beide Male der Moment des ›Hier-und-jetzt-dabei-gewesen-Seins‹ wiederum allererst konstituiert und meist auch noch gleich mit anderen, abwesenden ›Freunden‹ in den sozialen Netzwerken geteilt wird.¹⁴

Schlägt man von hier aus den Bogen zurück zu den künstlerischen Formen der Selbstbeobachtung à la Nam June Paik, dann lässt sich sagen, dass es solche Arrangements der Selbstbeobachtung sind, die der ›Aura des Moments‹ ebenso huldigen, wie sie diese Momente allererst mit konstituieren. Die sich selbst medial wiederholenden Public-Viewing-Zuschauer schaffen auf diese Weise das ›sekundäre Originalereignis‹, von dem ein Teil zu sein sie imaginieren. Die ›Aura des Moments‹ wird dabei zugleich zu einer des Ortes, d.h. aus der Übersemantisierung des Augenblicks wird eine des Ortes, was nicht zuletzt das fernsehnähe mediale Wiederholungsszenario belegt. Die Äußerung ›Ich bin live dabei gewesen‹ meint dann weniger den Ort und die Zeit als die insgesamt gemachte Präsenzerfahrung des ›jetzt, hier, ich, dabei‹. Das könnte in Zukunft auch dann der Fall sein, wenn der im Fußball neu eingeführte Videobeweis und die tatsächlichen Ereignisse auf dem Spielfeld noch enger als schon jetzt miteinander verknüpft werden, etwa indem das Videomaterial, auf das sich das Schiedsrichtergespann stützt, auch auf die Stadionleinwände gebracht wird. Der Effekt des auratischen ›Hier-und-Jetzt-Moments‹ würde dann

13 | Coca-Cola Light Werbung Büro 1997, online unter www.youtube.com/watch?v=qtFfgHKhGP0 (1.1.2019).

14 | Selfies werden gelegentlich als die ›Postkarten der Postmoderne‹ bezeichnet. Genauer müsste man sagen, sie sind die Postkarten in Kombination mit Selbstporträts, wobei Postkarte und Selfie gemeinsam ist, verbürgen zu wollen, zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort gewesen zu sein.

für die Stadionszuschauer/-innen wie auch die Fernsehzuschauer/-innen und schließlich auch die am Spiel beteiligten Mannschaften zunächst aufgeschoben und dann erst im Nachhinein der mediengestützten Wiederholung konstituiert.

Nun könnte man sich fragen, ob nicht mit der Inflation dieser Momente das auratische Element sofort wieder unterlaufen, ja geradezu konterkariert würde. Entscheidend ist in dieser Frage jedoch nicht nur, ob es öffentliche Orte (zum Beispiel in Netzwerken wie Instagram) gibt, an denen die betreffenden Bilder gesammelt zu finden sind. Vielmehr müsste allererst ausgemacht werden, inwieweit durch ihre Zusammenführung das Momenthafte abgeschwächt oder gar gestärkt wird. Zu überlegen wäre, ob überhaupt das ›Unter-vielen-Sein‹ in der populären Kultur unbedingt als Nachteil angesehen wird; möglicherweise bestätigt es vielmehr die Großartigkeit des Moments. Die Vervielfältigung/Vielfachheit erweise sich dann nicht als Inflation (die eine Abwertung mit sich führte), sondern als Verstärkung.

V

Bisweilen ist auch die gute alte Literatur noch das Medium, in dem andere, moderne, technischere Medien reflektiert werden. So etwa im Falle von Jürgen Lemkes Text *Inszenierung Fußball: Ist die Wirklichkeit zu schnell für meinen medial verwöhnten Blick?*,¹⁵ aus dem hier anstelle einer Zusammenfassung etwas länger zitiert sei:

Nach langen Jahren medialen Fußball-Erlebens per Sportschau oder Länderspielübertragung, sitze ich eines Tages wieder im Fußballstadion bei einem Live-Spiel mit achtzigtausend Zuschauern. Ich bin überwältigt. Alles plötzlich ganz in echt. [...] Real vor meinen Augen. Und dann passiert es: Nur ein kurzer Blick nach rechts zum Nachbarn. Ein klitzekleiner Augenblick. Zack! Himmel-Herr-Gott-Sakra. Um mich herum bricht die Hölle los. Ich höre nur noch Schreien. Sehe nichts. Alle springen auf und fallen sich in die Arme. Ich nicht. Ich bleibe sitzen. Bin draußen. Nicht wirklich drin in dieser großen Emotion. In der spontanen Bewegung. Bin eher wie erstarrt. Ich kann da jetzt nicht mitgehen. Das Tor ist verpasst. Das darf doch nicht wahr sein. Im entscheidenden Moment abgelenkt. Ein kurzer Blick an den Mitmenschen. Verschenkt. Und schon vorbei. Die Gruppe feiert ohne mich. Das war die entscheidende Sekunde des ganzen Spiels und ich habe sie nicht gesehen. Nicht erlebt. Alles umsonst?

Vergebens warte ich nun auf die Wiederholung, wie beim Fernsehen. Wozu bin ich hier? Ich will sehen. Das geht so unglaublich schnell. Und ist auch weit weg. Unten auf dem Feld. Ich habe dazu keine wirkliche Meinung. Ich bin mir unsicher über meine Augen. Die Vergewisserung, wie etwas wirklich passiert, geschieht offenbar längst nicht

15 | Jürgen Lemke: *Inszenierung Fußball: Ist die Wirklichkeit zu schnell für meinen medial verwöhnten Blick?*, online unter <https://ortungen.wordpress.com>.

mehr in der realen Zeit, der Echtzeit sondern erst in der verlangsamten Wiederholung, in der Super-Zeitlupe. Die fehlt hier basal im Stadion. Ich bin es anders gewohnt. Jetzt bin ich verunsichert. [...] Ich warte und denke nach. Verpasse dabei glatt schon wieder eine wichtige Szene. Das Leben kennt keine Gnade. Es läuft einfach weiter. Auch ohne mich. Die vom Medium vorbestimmte Erwartung erfüllt sich nicht. Im Live-Spiel. Die Wirklichkeit ist live viel zu schnell für meine durch mediale Wiederholungen »verwöhnte« Wahrnehmung. Habe ich durch zu viel Medienerfahrung meinen »schnellen Blick« für die Wirklichkeit verloren? Kann ich meiner eigenen Wahrnehmung »Hier und Jetzt« noch trauen? Bin ich auf das Medium Fernsehen angewiesen, auf die verlangsamte wiederholte Nabsicht, für mein gesichertes Gefühl wirklich im Bilde, auf der Höhe des Geschehens zu sein? Um sicher in den Moment fließen zu können? [...]

[...]

Ist das Leben zu schnell für meine Wahrnehmung?

Nein, wäre die hier zu gebende Antwort, aber wenn man das Leben in auratische Momente zerlegen oder es auf solche hin zuspitzen will, dann bedarf es in der Tat der Medien und mit ihnen der Wiederholung. Darauf richtet auch diejenige Forschung den Blick, die Medien unter dem Fokus der Ritualisierung analysiert. Sie nämlich sieht eines der wichtigsten Merkmale des Rituals in der die verschiedenen Lebenszeiten der Menschen synchronisierenden Wiederholung.¹⁶ Auf das Beispiel des Sports und der Sportberichterstattung übertragen heißt das: Erst mit der Wiederholung des verpassten Tors auf der Stadionleinwand werden die Blicke und wird mit ihnen die ›Lebenszeit‹ der vielen tausend Menschen im Stadion zentriert, synchronisiert und – so müsste man ergänzen – auf den damit zugleich selektierten, inszenierten und *qua* Wiederholung auratisch aufgeladenen Moment ausgerichtet.¹⁷

Das ist – um am Ende auch über das Szenario Fußball hinauszugehen – bei jedem Selfie der Fall. Denn wenn man mit Florian Krautkrämer und Matthias Thiele annimmt, dass jedem einzelnen Selfie sein technisch-mediales Setting inhärent ist, es ihm in einem wortwörtlichen Sinne angesehen werden kann, dann fallen Wiederholung der technischen Situation (ein Stück vom Stick ist beispielsweise noch mit auf dem Bild) sowie Wiederholung und Inszenierung

16 | Vgl. Harry Pross: Ritualismus und Signalökonomie. In: *Rituale der Medienkommunikation. Gänge durch den Medienalltag*. Hg. von Harry Pross u. Claus-Dieter Rath. Berlin 1983, S. 8–12. – Vgl. für die Literatur Rolf Parr: *Erinnern, Wiederholen, Erzählen*. Peter Handkes *Die Wiederholung* und Friederike Kretzens *Natascha, Véronique und Paul*. In: *Sinn stiften: literarische Gedächtniskonstruktionen*. Hg. von Yvonne Delhey u. Hannes Krauss. Duisburg 2016, S. 16–29.

17 | Für den Medienpädagogen Dieter Baake (Fernsehen als Handlungsentzug? In: *Merkur* 32 [1978], H. 359, S. 390–406) ziehen Medien und insbesondere das Fernsehen regelrechte ›Zeitfurchen‹ durch unseren Alltag, den sie damit rituell prägen, wobei die rituelle Wiederholung zugleich Sicherheit garantiert.

des Moments als Ort/Zeit-Koordinate zusammen.¹⁸ Dabei hat man es dann nicht mehr nur mit einer »scene of recording« in dem Sinne zu tun, dass »the act of recording is always part of the mise-en-scène in a selfie«,¹⁹ sondern stets auch mit dem ›moment of recording‹, der in seiner Medialisierung zum auratischen Augenblick wird.

18 | Florian Krautkrämer/Matthias Thiele: The Video Selfie as Act and Artifact of Recording. In: Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography. Hg. von Julia Eckel, Jens Ruchatz u. Sabine Wirth. London 2018, S. 239–259, hier S. 240: »Many photo and video selfies are characterized by the fact that the image rudimentarily includes the act of its own recording – for example, the outstretched arm.«

19 | Ebd., S. 241.