

1998

Reprint



Hetzjagd zum Holodeck

Themenparks bieten avancierte Hightech-Unterhaltung: Interaktive Abenteuer, in die der Zuschauer eintreten kann.

Weiter >

Von Gundolf S. Freyermuth

Vom Dach des Parkhauses der kalifornischen Universal Studios stürzt ein gewaltiger Wasserfall herab zu dem palmengesäumten Portal, hinter dem die prähistorische Welt der Saurier liegt. Erschaffen wurden sie, heißt es, durch genetische Manipulation. Gesteuert wird das 25 000 Quadratmeter große und strengbewachte Biotop von weiß bekittelten Wissenschaftlern in einem hochgerüsteten Computerzentrum.

Auf dem Flüschen vor seiner Glasfront schaukeln Flöße, und hier beginnt die Fahrt durch Jurassic Park, diesen Superzoo mit seinen 12 000 tropischen



Pflanzen und 16 Sauriern aller Arten: vom fünf Stockwerke hohen Ultrasaurus über den 16 Meter langen Stegasaurus bis zu pudelgroßen Baby-Sauriern, die sich um eine Popcorn-Tüte balgen.

Doch gerade haben wir uns, zwei Dutzend Themen-Touristen auf einem ferngesteuerten Floß, entspannt zurückgelehnt und genießen die feucht-heiße Südsee-Idylle, da heult eine Sirene auf. Ein Störfall, aller Technik zum Trotz! Was als harmloses Vergnügen geplant war, wandelt sich zum lebensgefährlichen Abenteuer: Bluthungrige Velociraptors und auch ein Tyrannus Saurus Rex sind aus dem mit 10 000-Volt-Zäunen gesicherten Carnivore Canyon ausgebrochen - und machen Jagd auf uns.

Verzweifelt müht sich die Mannschaft im Computerzentrum, das Floß in Sicherheit zu bringen. Doch die Saurier zertrümmern die Hightech-Kontrollen. Die Fernsteuerung versagt. Hilflos treiben wir in die Eingeweide des Themenparks. Das Gen-Labor, die Brutstätte des Horrors, bietet ein Bild der Zerstörung. Zusammenbrechende Laufsteige, berstende Rohre. In der Pumpstation dahinter blinken grell die Warnlampen, neue Sirenen heulen. Vor uns liegt eine Versorgungsröhre; der einzige Ausweg!

Vor ihrer Öffnung aber stößt der riesige T-Rex-Rachen herab. Das Floß rast auf ihn zu ...

Plötzlich ist nur noch Nacht um uns und Stille, durch die unsere Schreie gellen. Wir stürzen und stürzen, fast 30 Meter tief. Das Fleisch drückt an die Knochen, der Magen presst gegen den Hals. Und dann blendendes Tageslicht und der harte Aufschlag im Wasser vor dem Kontrollcenter. Unversehrt, bloß klitschnass!

Keine Rettungsmannschaft erwartet uns, als wir sechs Minuten nach Beginn der Reise leicht benommen ans Ufer klettern. Nur grinsende Gesichter und ein Souvenirshop. Wir sind nicht Überlebende, sondern Teil einer Inszenierung, in der uns die Rolle der Opfer zufiel. “Jurassic Park - The Ride” ist ein Meta-Themenpark: ein fiktiver Themenpark inmitten des realen, und der Störfall war ein dramatischer Einfall, die rudimentäre Handlungsidee, die jeder *theme ride* braucht.

Einzig die eindrucksvolle Elektronik bei der Landungsbrücke ist keine Täuschung. “Die Besucher glauben, der Raum sei nur so hergerichtet wie ein computerisiertes Kommandocenter”, sagt Eddie Newquist, der die kreative Oberaufsicht führt.

Doch diese Batterien von vernetzten Computern kontrollieren tatsächlich, was im High-Tech-Themenpark geschieht. Sie steuern die Geräuschkulisse aus 340 versteckten Lautsprechern, die Ausleuchtung der urweltlichen Abenteuerlandschaft, das Brechen der Rohre, den hervorschießenden Wasserdampf. Und sie bugsieren die Flöße im 30 Sekundenrhythmus an den Stationen des programmierten Chaos vorbei - an guten Tagen addiert sich das zu über 20 000 zahlenden Besuchern, die wie am Fließband durch Jurassic Park geschleust werden.

Millimetergenau und mit bis zu 40 Stundenkilometern stoßen dabei die Saurier auf die Flöße herab oder tauchen urplötzlich vor ihnen aus dem Wasser auf. Die komplizierte Hydraulik, die alle Bewegungen der tonnenschweren Stahlskelett-Monster fließend wie organisches Leben erscheinen lässt, stammt von der Rüstungsfirma Sarcos. Überhaupt steckt unter der faltigen Latexhaut der Robot-Saurier mehr Technologie als in manchen Panzern der US-Armee:

Jedes Tier ist nicht nur mit den Zentralcomputern vernetzt. Es besitzt zusätzlich ein eigenes Elektronikgehirn, das für die Wechselwirkung der mechanischen Gelenke und "Muskel"-Ventile verantwortlich ist. Die notwendigen Informationen gewinnt der ein-

gebaute Rechner über ein Nervensystem aus schnellen Datenleitungen, das ihn mit den Körper- und Außenwelt-Sensoren verbindet.

Biologischen Gehirnen gleich, kontaktiert er sie unablässig - pro Sekunde 100 mal - und korrigiert daraufhin die Bewegungsabläufe. Diese Prototypen einer künstlich-intelligenten Animatronic "wissen" insofern, wie nah sie ihren menschlichen Mitspielern sind und wie weit sie noch gehen können.

Solche Technik hat natürlich ihren Preis. Die Konstruktion der Saurier verschlang einen erklecklichen Teil der 110 Millionen Dollar, die die sechsjährigen Arbeiten an "Jurassic Park - The Ride" kosteten; mehr immerhin als jeder der beiden Jurassic-Blockbuster, die Steven Spielberg drehte.

Für den Unterhaltungskonzern MCA/Universal war das jedoch eine glänzende Investition. Nach der Eröffnung im Sommer 1996 schnellten die Besucherzahlen der Universal Studios, schon vorher alles andere als niedrig, um 35 Prozent in die Höhe.

Ähnliche Erfolge verzeichneten andere US-Themenparks, Six Flags Magic Mountain etwa mit “Superman - The Escape”. Höhepunkt: ein Absturz aus doppelter Niagara-Fall-Höhe, bei dem die Konsumenten zu Kosmonauten werden und erst dem Druck der 4,5fachen Schwerkraft standhalten müssen, um dann 6,5 Sekunden lang Weltraum-Schwerelosigkeit zu erleben.

Themenpark-Installationen wie diese operieren an der vordersten Front digitaler Technologie. Sie verbinden Knowhow der Luft- und Raumfahrt mit fortgeschrittensten Verfahren militärischer und ziviler Robotik sowie Steuerungstechnik. Ihre Erbauer sind teils erfahrene Experten dieser Hightech-Branchen, teils Traumfabrik-Veteranen. Sie setzen die schnellsten Computer ein, und sie greifen geschickt auf die Stoffe und *special-effects*-Techniken Hollywoods zurück.

Leinwandabenteuer kindersicher in der dreidimensionalen Wirklichkeit zu realisieren, erfordert allerdings gesteigerte technische Sorgfalt - weshalb *rides*, die nur Minuten dauern, bisweilen mehr kosten als die abendfüllenden Blockbuster, auf denen sie beruhen. Zwei- bis dreistellige Millionen-Budgets pro Installation sind die Regel.

An Geld mangelt es jedoch nicht. Hightech-Themenparks sind zu einem Milliardengeschäft geworden, und die wenigen, meist kalifornischen Firmen, die weltweit imstande

sind, solche Attraktionen zu konstruieren, können die Auftragsflut kaum bewältigen. Gegenwärtig am erfolgreichsten ist wohl Landmark Design aus Nord-Hollywood, deren Mitarbeiter auch “Jurassic Park” realisierten.

Hochleistungs-Thrills, gegen die sich traditionelle Jahrmarktsvergnügungen vom Schlage Geister- oder Achterbahn wie Bummelzugfahrten ausnehmen, machen jedoch allein noch keinen erfolgreichen Themenpark. Mindestens so wichtig wie die physische Sensation ist die ästhetische Zurichtung - die hohe Kunst des *theming*, einer naturalistischen und zugleich thematisch stilisierten Nach-Schöpfung.

Das Konzept, faszinierende “Orte” - realexistierende, historische, Ausgeburten der literarischen oder filmischen Phantasie - durch verdichtete und “verbesserte” Rekonstruktion zu Massenattraktionen zu inszenieren, wurde ursprünglich von Disney entwickelt. Dessen Magic Kingdom in Florida ist mit 17 Millionen Besuchern jährlich bis heute der populärste US-Themenpark; wenn auch nicht der originellste.

Ziel jedes *theming* ist die Kontrolle des ästhetischen Erlebnisses, die Eliminierung alles Zufälligen und damit die gezielte Produktion von Erfahrung. Was in der Wirklichkeit

komplex und verwirrend ist - eine Großstadt etwa -, wird symbolisch verknüpft: zum "Thema" kondensiert. Denn das lässt sich in seiner artifiziellen Reduktion anstrengungsloser genießen als die facettenreichere Realität.

Ein Musterbeispiel dafür gibt der 100-Millionen-Dollar teure CityWalk, auf denen die Besucher der Universal Studios zu Jurassic Park und den anderen *rides* spazieren. Diese "integrierte urbane Umwelt" baut, nur Autominuten von den Originalen entfernt, eine idealisierte Straße in Los Angeles nach; ein bisschen Downtown und Studentenviertel-Westwood, ein bisschen Sunset und Hollywood Boulevard. Es gibt Läden der souvenir-trächtigen Art und ein paar Büros, Straßenmusikanten und Gaukler, prominente L.A.-Restaurants und natürlich ein Multiplex-Kino mit 18 Leinwänden.

Der Reiz des *theming* besteht aber nicht allein in dem, was es bietet. Allemal so wichtig ist, was das *scripting*, die Planung und Programmierung, ausschließt. Der CityWalk ist geographisch abgezirkelt, er wird von Videokameras gesichert, je nach Tageszeit beleuchtet und mit Live-Unterhaltung bestückt. Zur Begeisterung des mittelständigen Familien-Publikums fehlen daher: störender Straßenverkehr und Lärm, Armut und Obdachlosigkeit, Drogen- und Kleinkriminalität sowie grundsätzlich die Zerstreutheit und Unübersichtlichkeit moderner Großstädte, die nur mühsam finden lässt, was der City-Walk übersichtlich bereitstellt.

Längst ist solches *theming* in den Alltag gedrungen. Die gezielte Wiederbelebung der Innenstädte etwa, ihre Verwandlung in Erlebniszonen, reinigt die gewachsene urbane Tradition. Und auch die neuen Groß-Einkaufszentren der USA sind ihrer ästhetischen Zurichtung und Ausstattung nach Themenparks.

Die Ontario Mills Shopping Mall bei Los Angeles wurde so mit 20 Millionen Besuchern jährlich, darunter Hunderttausende von Touristen, zur größten Publikumsattraktion Kaliforniens. Von Architektur-Puristen wie dem New Yorker Alexander Sorkin wird derlei Bauen bitter als “Disneyfikation” beklagt, andere wie der kalifornische CityWalk-Architekt Jon Jerde bejubeln es hingegen als utopisches “Entertainment-Design”.

Doch so oder so reicht der Einfluss des *theming* weit über die Architektur hinaus. Die Themenpark-Ästhetik bietet sich, wie ein Kritiker schrieb, “als Metapher für einen Großteil der zeitgenössischen Massenkultur” an. Denn ließ die Heraufkunft des Kinos einst Romane und Dramen filmische Strukturen entwickeln, so scheinen Kunst und Unterhaltung nun nachhaltig vom Themenpark geprägt zu werden.

Literatur- und Filmkritiker beobachten, dass Bestseller und Blockbuster zunehmend aufs Geschichten-Erzählen verzichten und sich der *thrill*-Struktur von Themenparks

anähneln. Cybergurus wie Nicholas Negroponte fordern auf, interaktive Unterhaltung, ob Online oder auf CD-Rom, nach Themenpark-Prinzipien zu strukturieren. Und auch Avantgarde-Künstler wie Brian Eno schätzen die neue Ausdrucksform: “Ein Themenpark bietet eine Multimedia-Erfahrung, die alle Sinne anspricht.”

Die programmierten, das Publikum zur Interaktion ermutigenden Erlebniswelten verwischen bewusst die Grenzen zwischen Realität und Fiktion. Und genau deshalb erscheinen sie als epochale Neuerung - als ästhetisches Modell digitaler Kunst und Unterhaltung.

Seine Verwirklichung lässt sich derzeit nirgendwo so radikal beobachten wie in Las Vegas, der heimlichen Welthauptstadt des *theming*. Der Umbau des Macho-Spielerparadieses zur familiensauberen Unterhaltungs-Metropole ist in vollem Gange. Traditionshäuser wie Howard-Hughes-“Dunes” oder das “Sands”, bekannt als Frank Sinatras Lieblingsabsteige, wurden abgerissen. An ihrer Stelle entstehen Bettenburgen, die mehr Themenpark als Hotel sind.

Allein auf dem keine zehn Kilometer langen “Strip” wird ein halbes Dutzend Phantasie-Stätten hochgezogen: ein 3000-Betten-Venedig für zwei Milliarden Dollar, die lieblichen Reize Norditaliens für 1,5 Milliarden Dollar oder ein Ersatz-Paris für 750 Millionen Dollar, komplett mit einem 50 Stockwerke hohen Eiffelturm.

Und schon heute braucht es nur Schritte, um quer durch die Welt und die Epochen zu wandern - von der 450-Millionen-Dollar-Skyline New Yorks samt Freiheitsstatue, Empire State Building und Trump Tower, darinnen 2000 Hotelzimmer, über König Arthurs bonbonbuntes Camelot-Schloss, das hier nach Film und Schwert “Excalibur” heißt, zur 375 Millionen Dollar teuren 30-Stockwerke-Pyramide des faux-ägyptischen Luxor Hotels.

“Indem die Kasinos ‘Anziehungs-Ferienorte’ errichten, in deren Zentrum Phantasieerfahrungen stehen”, schreibt Howard Rheingold über die eskalierende Virtualisierung von Las Vegas, “übernehmen sie von Filmmachern und Themenparks das Spitzen-Illusions-Geschäft.”

Die Bahn brach dafür das Luxor, von dem ein Reporter des Tech-Magazins “Omni” schwärmte, es stelle eine “Revolution” dar. Nichts weniger als “the future of fun”, die Zukunft des Vergnügens.

Damit meinte er jedoch nicht den beeindruckenden pechschwarzen Pyramidenbau, von dessen Spitze der Welt größter Laserbeam strahlt und an dessen gekippter Fassade sich anstelle von Fahrstühlen um 39 Grad geneigte Inklinatoren hochhangeln. Und er bewunderte auch nicht die 15 Stockwerke hohe Luxor-Imitation im hohlen Innenraum der Pyramide mit der archäologisch korrekten Kopie der Grabkammer Tutanchamuns.

Was ihn zu seinen Superlativen hinriss, war vielmehr eine funkelnagelneue Inkarnation des Themenpark-Erlebnisses, die 50-Millionen-Dollar-Trilogie “Secrets of the Luxor Pyramid”. Ihr erster Teil “In Search of the Obelisk”, eine Indiana-Jones-Variation, kreist um einen 100 000 Jahre alten Tempel, der in der Wüste von Nevada entdeckt wurde - just unter der Pyramide des Luxor Hotels. So weit, so nicht unbekannt.

Nie dagewesen aber war, wie *special-effects*-Zauberer Douglas Trumbull die Story für das Kasino “verwirklichte”: nicht als naturalistischen Nachbau, sondern als Simulation. Mit Hilfe eines selbstentwickelten Gefährts und unter Einsatz von einem halben

Hundert Workstations, darunter 40 Silicon Graphics, ersetzte er glaubwürdiger denn je Realität durch *virtual reality*.

Simulierte *rides* gibt es natürlich schon eine Weile. Den ersten installierte Disney 1986. Doch Trumbull gelingt ein nie gekannter Realismus. Sensiblen wird in seinem Simulator-Kino so schwindlig, als schaukelten sie tatsächlich Hunderte von Metern auf und ab - obwohl das ruckelige Gefährt, in dem sie sitzen, sich nie mehr als ein paar Zentimeter bewegt.

“Die Simulatoren sind revolutionär, sie erzeugen einen simulierten *ride*, der alle Qualitäten eines Spielfilms hat”, sagt Trumbull, zu dessen Meriten die Tricks in SF-Klassikern wie “2001”, “Unbekannte Begegnung der dritten Art” und “Bladerunner” gehören. “Es war ein Experiment, wie man durch sorgfältige Kontrolle von Filmaufnahmen und Projektionsverfahren endlich die Grenze zur vollständigen Glaubwürdigkeit überschreiten kann, so dass ein Film wie ein Live-Ereignis erscheint” - inklusive rudimentärer Interaktion des Publikums mit den handelnden Figuren.

Der Erfolg des *virtual rides* im Luxor begründete einen Trend: fort von der naturalistischen Nachschöpfung, die ja Handlung und Interaktion begrenzt, und hin zur Freiheit digitaler Simulation. Nicht mehr die Realität selbst wird imitiert, sondern nur ihre Erfahrung. Heute sind in Las Vegas Dutzende von Simulatoren installiert, 30 allein von der Ex-Rüstungsfirma McFadden, die ihren Umsatz binnen fünf Jahren vervierfachte.

Indem die simulierten *rides* Geschichtenerzählen und Publikumspartizipation integrieren, produzieren sie einen Hauch von Immersion, des Eintauchens in Fiktionen, von dem die populärste Utopie interaktiven Cybertainments handelt: das Holodeck der Star-Trek-Serie. Seine futuristischen Gegenrealitäten locken mit der Befriedigung des jahrhundertealten Karneval-Bedürfnisses, sich in fiktiven Welten zu verlieren.

In “Hamlet on the Holodeck”, einer Studie zur Zukunft digitaler Fiktionen, hat die MIT-Literaturwissenschaftlerin Janet H. Murray die Weitsicht dieser Pop-Phantasie beschrieben:

“Das Format, das die Besonderheiten digitaler Umwelten am besten ausnutzt, ist nicht die Hypertext-Erzählung oder das Kampfspiel, sondern die Simulation: die virtuelle Welt aus beziehungsvollen Entitäten, eine Welt,

die wir betreten, manipulieren und in ihrem Fortschritt beobachten können.“

Nur konsequent ist es daher, dass die jüngste Version simulierter Themenpark-Erlebnisse eine Hommage an die Erfinder des Holodecks ist: “Star Trek: The Experience”, 70 Millionen Dollar teuer und seit Januar im Las-Vegas-Hilton als Hauptattraktion des neuen SpaceQuest-Kasinos zu erleben.

Der *ride*, produziert wiederum von Landmark Design, dauert 22 Minuten und transportiert die Besucher quer durch das Star-Trek-/Deep-Space-Nine-/Voyager-Universum. Höhepunkt ist eine Entführung in McFadden-Raumschiff-Simulatoren, die von einer innovativen sphärischen Leinwand auf allen Seiten umschlossen werden - auf dass ein vier Minuten währender Taumel durch Zeit und Raum beginnt.

“Mir bereitet es Freude”, sagt Larry Hayashigawa, Präsident von McFadden, “dass wir eine Technologie mit militärischen Anwendungen in etwas verwandelt haben, das Kindern das Gefühl gibt zu fliegen.“

Vom Holodeck, wie es Star-Trek-Fans ersehnen, ist derlei digitale Magie natürlich noch Lichtjahre entfernt. Doch die Hetzjagd der Unterhaltungsmacher nach traumhaft-inter-

aktiven Fiktionen hat begonnen. Und manch traditionellen *meatspace ride* lassen die Simulatoren heute schon so alt aussehen, wie Jurassic Parks wundersame High-Tech-Bewohner angeblich sind.

Dieses Werk ist unter einem Creative Commons Namensnennung-Keine kommerzielle Nutzung-Keine Bearbeitung 2.0 Deutschland Lizenzvertrag lizenziert. Um die Lizenz anzusehen, gehen Sie bitte zu <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de/> oder schicken Sie einen Brief an Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.

Impressum

DRUCKGESCHICHTE

Hetzjagd zum Holodeck. (Erschienen unter dem Titel: „Spaß im Space“) In: SPIEGEL SPECIAL, März 1998 - „Digitale Unterhaltung“, S. 70-81.

DIGITALER REPRINT

Dieses Dokument wurde von Leon und Gundolf S. Freyermuth in Adobe InDesign und Adobe Acrobat erstellt und am 20. März 2011 auf www.freyermuth.com unter der *Creative Commons License* veröffentlicht (siehe Kasten links). Version: 1.0.

ÜBER DEN AUTOR

Gundolf S. Freyermuth ist Professor für Angewandte Medienwissenschaften an der ifs Internationale Filmschule Köln (www.filmschule.de). Weitere Angaben finden sich auf www.freyermuth.com.

