

Feature II

„Blade Runner und der Handelskrieg zwischen den USA und Japan“

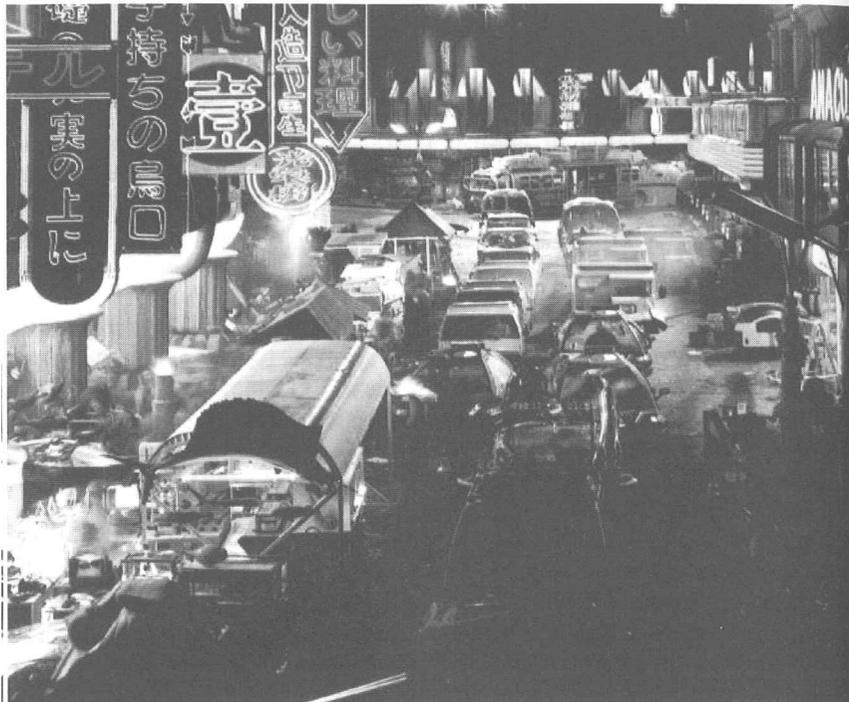
Hans Martin Krämer

Das Jahr 2003 bescherte uns einen kleinen Japan-Boom im Hollywoodkino: Mit *Kill Bill, Volume 1*, *Lost in Translation* und *The Last Samurai* liefen gleich drei größere Filme mit Bezug zu Japan in den Kinos. Eine ähnliche Phase, in der Hollywood ein besonderes Interesse an Japan hatte, gab es schon einmal um 1990 herum. Zu denken ist etwa an *Empire of the Sun* (1987), *Black Rain* (1989), *The Player* (1992) oder *Rising Sun* (1993). Alle diese Filme hatten jedoch ein und denselben Vorläufer, der sich als erster in den 1980er Jahren des Japanmotivs bediente: den Film *Blade Runner* von Ridley Scott (1982). Wie kam es, daß Anfang der 1980er Jahre plötzlich ein Film, der auf der Handlungsebene nicht das Geringste mit Japan zu tun hat, sich zahlreicher visueller Japanbezüge bediente – und warum glaubte das Filmteam, das Publikum könne mit diesen Anspielungen etwas anfangen?

Entfernt auf einer Romanvorlage von Philip K. Dick (*Do Androids Dream of Electric Sheep?*, 1968) basierend, spielt *Blade Runner* im Los Angeles des Jahres 2019. Rick Deckard (Harrison Ford), Polizist einer Sondereinheit, hat die Aufgabe, vier Replikanten, sich verbotenerweise auf der Erde aufhaltende Androiden, auszuschalten. Replikanten sind künstlich hergestellte Menschen mit kurzer Lebensdauer, für den Gebrauch auf den Weltallkolonien vorgesehen, wohin ein Großteil der Menschheit nach einem Nuklearkrieg ausgewandert ist. Vier von ihnen sind auf der Suche nach ihrer eigenen Vergangenheit und einer Möglichkeit, ihr auf vier Jahre begrenztes Leben zu verlängern, zur Erde gekommen. Drei von ihnen kann Deckard zur Strecke bringen, der letzte rettet am Ende eines Duells Deckards Leben, bevor seine eigene Lebensspanne zu Ende geht. Der Film endet mit vagen Hinweisen darauf, daß Deckard selbst vielleicht ein Replikant mit gefälschten Erinnerungen sein könnte.

Blade Runner hatte sein Debüt in den US-amerikanischen Kinos im Juni 1982 und war ein finanzieller Flop, konnte er doch nur die Hälfte seiner über 28 Millionen US-Dollar Produktionskosten an den Kinokassen einspielen. Immerhin erhielt Lawrence G. Paull für das Production Design 1982 eine

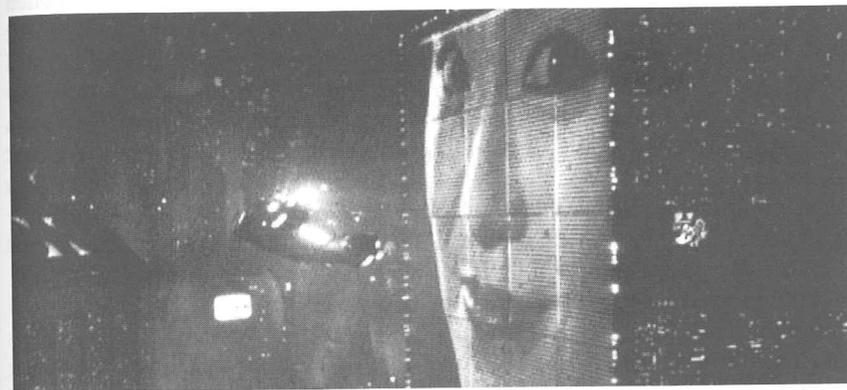
Nominierung für den *Academy Award*. Die maßgeblich von ihm geschaffene Atmosphäre des Films, welcher die negative Utopie mit Elementen des *film noir* vermischt, übte einen genügend großen Reiz auf ein kleines Segment des Publikums aus, so daß der Film sich im Laufe der 1980er Jahre zu einem der wichtigsten der sog. Kult-Filme entwickelte. So konnte die Vermarktung des Films mittlerweile doch noch sein ursprüngliches Budget einbringen, nicht nur durch den Verkauf von Videokassetten, Laserdiscs und DVDs, sondern auch durch den Kinostart einer nur marginal veränderten Version (»Director's Cut«) 1992.



Großes Interesse, mittlerweile auch von filmwissenschaftlicher Seite, ist den zahlreichen und dichten visuellen Motiven, die sich häufig erst beim mehrfachen Anschauen erschließen, zugekommen. Zu diesen visuellen Motiven zählen auch viele, die mit Japan zu tun haben. So kann man hinsichtlich der Ästhetik und dem Plotelement Cyborg auf Parallelen zwischen *Blade Runner* und der Anime-Fernsehserie *Bubblegum Crisis* oder dem Anime-Spielfilm *Ghost in the Shell* verweisen. Doch auch direkt auf Japan recurrierende Motive und Zitate, die auf

verschiedenen Ebenen des Films angelegt sind, lassen sich finden: in der Ausstattung, in im Hintergrund ablaufenden Special Effects, in den Figuren und im Dialog. Einige dieser Motive sollen im Folgenden genannt werden.

Vielleicht der auffälligste Japanbezug ist eine insgesamt viermal eingeblendete riesige Monitorleinwand, auf der eine durch ihre Kleidung als Japanerin zu erkennende Frau abgebildet ist, die wortlos lächelnd eine Pille schluckt. Bei der ersten Einblendung, wenige Minuten nach Filmbeginn und sieben Sekunden dauernd, ist zum Schluß des Werbefilmchens der japanische Schriftzug *Kyōryoku wakamoto* (die Assoziation soll wohl etwa »Stärke durch Wakamoto-Pillen« lauten) zu lesen. Im Hintergrund sichtbare und, wie die Monitorleinwand, von der Handlung völlig unabhängige Schriftzeichen finden sich durch den ganzen Film verstreut. Häufig handelt es sich um chinesische Zeichen, bei denen unklar ist, ob sie Chinesisch oder Japanisch wiedergeben, vielfach finden sich aber auch Katakana oder Hiragana, so daß die Zuordnung eindeutig ist, so bei *nihon no ryōri* (»japanische Gerichte«), *hoteru* (»Hotel«), *temochi no karasuguchi* (»die Reißfeder in Ihren Händen«) oder *gorufu yōhin* (»Golfzubehör«).



Doch auch in die Handlung finden sich Japanmotive eingebaut, so im Dialog zwischen Deckard und einem Imbißverkäufer, der Japanisch redet – Deckard antwortet mittels Gestik und Mimik. Auf einer Art Zeppelin, der über Los Angeles schwebt, gibt es einen weiteren Werbefilm, diesmal für die außerirdischen Kolonien. Im Ton dazu heißt es: »... brought to you by the Shimazu-Dominguez Corporation«, ein weiterer Hinweis darauf, wie weit der Einfluß von Japanischem auf das US-amerikanische Alltagsleben in der Zukunftsvision der *Blade Runner*-Macherinnen und -Macher gediehen ist. Weitere, im Hintergrund »versteckte« Hinweise sind Bonsai-Pflanzen in Deckards Appartement, Origami-Basteleien von Deckards Polizei-Kollegen

sowie Firmenschilder von TDK und Atari (für eine vollständige Liste s. die am Ende des Artikels abgedruckte Tabelle).

Die Neuartigkeit von *Blade Runner* im Vergleich zu älteren Hollywood-Filmen, die Japan thematisieren, etwa *The Teahouse of the August Moon* (1956) oder *The Yakuza* (1975) zeigt sich darin, daß Japan-Elemente in *Blade Runner* völlig unabhängig von der Handlung sind und nur zur atmosphärischen Einstimmung genutzt werden. Die japanischen Motive sind zum einen als ›asiatische‹ oder ›orientale‹ Elemente Teil der (xenophoben oder mit der Xenophobie der ZuschauerInnen kalkulierenden) Strategie von Ridley Scott, ein düsteres Bild eines überfremdeten und schmutzigen Los Angeles herzustellen.

Doch es sind nicht bloß willkürlich asiatische Motive, die im Film auftauchen, wie die Genese des Drehbuchs belegt. In Dicks Romanvorlage von 1968 tauchen andere Nationalitäten oder Kulturen in dem apokalyptisch geschilderten San Francisco überhaupt nicht auf. In der ersten Version des Drehbuches aus dem Jahre 1980 gibt es bereits einige multikulturelle Elemente, die das Durcheinander in der Stadt (die nun Los Angeles war) verstärken sollten, darunter eine Szene in einem Chop Suey House in Chinatown. Die zweite Fassung des Drehbuches von 1981 verstärkt das kulturelle Durcheinander verschiedener Nationalitäten in der Stadt und fügt erste spezifische Japanmotive hinzu, nämlich den Nudelverkäufer und Deckards Vorgesetzten, der auf Japanisch spricht und einen Dolmetscher braucht, um mit Deckard kommunizieren zu können (in der Endfassung in ein schwer identifizierbares Sprachgemisch verändert). Auch der Werbespruch des Zeppelins preist bereits die neue Welt der Kolonien mit eindeutig japanischen Namen an: »The Dominguez and Shimata colony wants supervisory recruits and families« und »Join us in a clean, fresh environment featuring the invigorating Johnson and Murimaki [sic!] California Climate«. Die meisten Japan-Zitate der Kino-Endfassungen sind aber genuine Neuerfindungen des Set Designs, die in den Drehbuchvorlagen noch nicht auftauchten, also erst 1982 entstanden.

Wie aber sind Drehbuchautoren und Drehteam überhaupt auf die Idee gekommen, mit Japanbezügen zu spielen bzw.: Warum konnten sie voraussetzen, daß das US-Kinopublikum 1982 diese verstehen konnte? Zur Beantwortung dieser Frage ist ein Blick auf die aktuelle Tagespolitik der frühen 1980er Jahre vonnöten.

Japan und die USA befanden sich 1982 seit einigen Jahren in einer Auseinandersetzung über ihre Außenhandelsbeziehungen, die sich mit dem Amtsantritt von Präsident Ronald Reagan (Januar 1981) verschärft hatte. Die Außenhandelsbilanz der USA zu Japan schrieb seit Mitte der 1970er Jahre negative Zahlen; 1981 erreichte sie mit fast dem doppelten Wert des Vorjahres ein Rekorddefizit von 18 Milliarden US-Dollar. Japan erreichte diesen Handelsüberschuß während der 1970er Jahre zunächst vorrangig mit Farbfernsehern und Stahl; mit Beginn

der 1980er Jahre nahmen jedoch Kraftfahrzeuge eine immer wichtigere Rolle als Exportartikel in die USA ein. War im April 1977 die japanische Regierung noch eine Selbstverpflichtung zur Beschränkung beim Export von Farbfernsehern der US-Regierung gegenüber eingegangen, so standen schon 1980 nunmehr Automobile im Mittelpunkt des Interesses. In diesem Jahr erreichte der Marktanteil japanischer Autos in den USA erstmals über 20 Prozent. Grund dafür war, daß die Exportstärke der Japaner mit einer historischen Krise der drei großen US-amerikanischen Autobauer zusammenfiel. Nach dem Regierungswechsel in den USA spitzte sich die Krise zu, indem die US-Regierung Japan mit gesetzlichen Import-Beschränkungen drohte. US-Außenminister Haig stellte zudem das Verteidigungsbündnis zwischen den beiden Ländern in Frage, sollte Japan durch seine Automobilexporte dem US-amerikanischen Markt weiterhin hemmungslos Schaden zufügen. Die Dimension des Problems schien eine Lösung auf höchster Ebene zu erfordern, so daß der japanische Premierminister Suzuki im Mai 1981 den US-Präsidenten Ronald Reagan zur Klärung des Automobil-Problems besuchte. Kurz vor diesem Besuch einigte sich eine bilaterale Expertengruppe darauf, daß Japan 1981 nur so viele Fahrzeuge wie im Durchschnitt der beiden vorangegangenen Jahre in die USA exportieren sollte, für die folgenden Jahre sollte diese Zahl als Ausgangsbasis gelten.

Das Verhältnis der Im- und Exportzahlen allein jedoch kann kaum erklären, warum sich Spannungen der Handelsbeziehungen auf kultureller Ebene, also etwa in Kinofilmen, widerspiegeln. Vielmehr litt das US-amerikanische Selbstbewußtsein darunter, daß es ausgerechnet *das* Symbol der US-amerikanischen Industrie, das Automobil (und später hochentwickelte Technologiegüter wie Halbleiter), war, mit dem die Japaner zu Beginn der 1980er Jahre punkten konnten, während die USA umgekehrt v.a. Rohstoffe und Lebensmittel nach Japan exportierten. Auf dem Gebiet der industriellen Produktion schien Japan in US-amerikanischen Augen also auf einer weit höheren Entwicklungsstufe zu stehen. Überdies war in der japanischen Öffentlichkeit die Auffassung zumindest medial weit verbreitet, daß die Hauptursache für das Mißverhältnis im Außenhandel in der Überlegenheit des japanischen Gesellschaftssystems liege, während in den USA die Überzeugung weit verbreitet war, daß die böswillige und unfaire Abschottung der Inlandsmärkte durch Japan US-amerikanische Güter daran hindere, auf dem japanischen Markt ihren Platz zu finden. Die aggressiven Demonstrationen von US-Autobauern – die Gewerkschaft United Auto Workers schreckte 1982 nicht davor zurück, öffentlich japanische Pkws zu demolieren – waren ein klarer Ausdruck solcher Stimmungen.

Im weiteren Verlauf der 1980er Jahre spitzte sich die nationale Demütigung aus US-amerikanischer Sicht weiter zu, als japanische Großunternehmen eine Ikone der US-amerikanischen Populärkultur nach der anderen aufkauften. Den Beginn

machte 1985 Mitsubishi, als eine Untergruppe des Konzerns Anteile am Rockefeller Center in New York erwarb. 1989 erhöhte Mitsubishi seine Anteile an dem Gebäudekomplex, der u.a. die Radio City Music Hall beherbergt, auf 51 und später auf 80 Prozent. 1988 kauften Mitsubishi die Bank of California, im selben Jahr Sony CBS Records. Ironischerweise war es ausgerechnet die Filmindustrie, die Gegenstand der größten Aufkäufe japanischer Unternehmen in den USA waren: 1989 kaufte Sony Columbia Tristar Pictures, 1990 Matsushita MCA, Inc. mit den Teilunternehmen MCA Records und Universal Pictures. Das Geschäft mit MCA erregte besondere öffentliche Aufmerksamkeit, weil der MCA-Gruppe auch Teile am Yosemite-Nationalpark, einem herausragenden Symbol US-amerikanischer Identität, gehörten.

In den USA entstand der Eindruck, »die Japaner« kauften »die USA« auf – was schon deshalb übertrieben war, weil die japanischen Direktinvestitionen in den USA die europäischen zu keinem Zeitpunkt übertrafen. Dennoch führten dieselben kulturellen Vorbehalte wie schon bei *Blade Runner* auch 1992 wieder zu einer tendenziell xenophoben kulturellen Manifestation. In Robert Altman's *The Player* finden sich, auch hier *Blade Runner* ähnlich, Verweise auf Japan, die nichts direkt mit der Handlung zu tun haben. So läßt der junge Drehbuchautor, der dem Manager eines Hollywoodstudios Drohbriefe schickt, weil sein Drehbuch abgelehnt wurde, diesen in ein japanisches Restaurant ein und erzählt von einem Austauschjahr, das er in Japan verbracht habe. Noch direkter verweist Altman auf die jüngsten Entwicklungen der Außenhandelsbeziehungen in der berühmten ersten Einstellung, die bis zum ersten Schnitt des Filmes fast acht Minuten lang ist. Dort ist u.a. eine Gruppe von JapanerInnen zu sehen, die über das Gelände eines Hollywoodstudios geführt wird. Dazu hört man den Studiomitnehmer erklären: »We're gonna continue using all the Sony products. Dōmo arigatō to the Sony products, really. In fact, if you need some ... some sashimi with you, give me a ring.«

Das finanzielle Engagement im Ausland ist den japanischen Firmen bekanntlich nicht gut bekommen. Auf den Kaufrausch folgte nach dem Platzen der Spekulationsblase Anfang der 1990er Jahre schon bald die Ernüchterung: Sony hatte bereits 1994 über 3 Milliarden US-Dollar Verluste durch den Kauf von Columbia, Matsushita verkaufte 1995 MCA wieder (an die kanadische Seagram-Gruppe) und die Untergruppe von Mitsubishi, die das Rockefeller Center gekauft hatte, meldete 1995 Konkurs an. Das US-amerikanische Außenhandelsdefizit Japan gegenüber ist freilich unverändert hoch und liegt derzeit bei fast 60 Milliarden US-Dollar.

Dennoch mag die entspanntere Behandlung der Japanmotive in den 2003 erschienenen Filmen auch vor dem Hintergrund stabiler Handelsbeziehungen zu lesen sein. Sowohl *The Last Samurai* als auch *Kill Bill, Volume 1* jedenfalls zeichnen sich durch unhinterfragt gleichberechtigte japanische Figuren aus, und

auch *Lost in Translation* kann man wohl ein sympathisches Einfühlungsvermögen in sein japanisches Setting attestieren. Selbst die in dieser Hinsicht skeptischere Japanologin Irmela Hijiya-Kirschner gesteht ein, »daß seit Nachkriegsproduktionen wie »Sayonara« oder dem Bond-Film »Man lebt nur zweimal« bis hin zu »Rising Sun« aus den achtziger Jahren eine deutliche Wegstrecke weg vom Kitschklichee und von allzu typisierender Charakterzeichnung zurückgelegt wurde«.

Die hier von Hijiya-Kirschner nicht genannte politische Dimension der Behandlung von Japan im US-amerikanischen Hollywoodfilm verkörpert *Blade Runner* exemplarisch. Da sich zudem die kulturelle Dimension des »japanischen Angriffs auf die USA« eigentlich erst seit Mitte der 1980er Jahre verwirklichte, muß man dem Film bzw. seinen MacherInnen überdies ein sehr feines Gespür für die »vorherrschenden politischen Interessen der Kultur« (David Desser) attestieren. Vielleicht kann man sogar noch einen Schritt weiter gehen und den verspäteten kommerziellen Erfolg des Films gerade aus seiner erst nach der ursprünglichen Kinoauswertung richtig aktuell gewordenen gesellschafts-politischen Relevanz erklären.

Hans Martin Krämer: 1992–96 Studium der Neueren Geschichte, Philosophie und des Modernen Japan an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, 1996–1997 Stipendiaufenthalt an der Sophia Universität, 1997–99 Abschluß des Studiums mit der Fächerkombination Geschichte Japans, Japanisch, Neuere Geschichte an der Ruhr-Universität Bochum. 2001–2002 Forschungsaufenthalt an der Universität Tokyo mit einem Stipendium der Japan Foundation. 2004 Abgabe der Dissertation mit dem Titel »Neubeginn unter US-amerikanischer Besatzung? Hochschulreform in Japan zwischen Kontinuität und Diskontinuität, 1919–1952«. Derzeit Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Fakultät für Ostasienwissenschaften der Ruhr-Universität Bochum.
<http://www.ruhr-uni-bochum.de/gj/kraemer.html>

Lektüreempfehlungen

Kerman, Judith B. (Hrsg) (1991) *Retrofitting Blade Runner. Issues in Ridley Scott's Blade Runner and Philip K. Dick's Do Androids Dream of Electric Sheep*. Bowling Green: Bowling Green State University Popular Press.

Dick, Philip K. (1968) *Do Androids Dream of Electric Sheep?* Garden City: Doubleday.

Faulstich, Werner (1995) »Der neue Science-fiction-Film: Blade Runner (1982)«. In: Ders.; Korte, Helmut (Hrsg.) *Fischer Filmgeschichte*. Band 5: 1977–1995. Frankfurt/Main: Fischer, S. 107–119.

Hijiya-Kirschner, Irmela (2004) »Befangen im Spiegelblick. Der Film »Lost in Translation« sorgt für Diskussionen«. In: *Neue Zürcher Zeitung*, 24. März 2004.

Lacey, Nick (2000) *York Film Notes. Blade Runner*. London: York Press.

Mitsuhashi Tadahiro; **Uchida** Shigeo (1994) *Shōwa keizaishi*, Bd. 3. Tōkyō: Nihon Keizai Hyōronsha.

Sammon, Paul (1996) *Future Noir. The Making of Blade Runner*. New York: HarperCollins.

Webseiten

Blade Runner Insight [<http://www.br-insight.com/>]

brmovie.com – the home of Blade Runner [<http://www.brmovie.com/>]

BLADE RUNNER collection [<http://www.st.rim.or.jp/~kimu/br/>]

Japanbezüge in *Blade Runner*: Einzelanalyse der 21 Sequenzen des Films
(die Sequenznumerierung und -benennung folgt Faulstich 1985: 118–119):

Nr.	Geschehen	Art	Inhalt
1	Vorspann	–	–
2	Test an Leon	–	–
3	Deckard in Los Angeles	Bild + Schrift	Japanerin auf Monitorleinwand wirbt für Pillen, Schriftzug <i>Kyōryoku wakamoto</i>
		Dialog	Nudelverkäufer: »Nani ni shimashōka?«
		Dialog	Off: »brought to you by Shimazu-Dominguez Corporation«
		Dialog	Nudelverkäufer: »Akimashita, akimashita, irasshai!«
		Dialog	Nudelverkäufer: »Sa, dōzō.«
		Dialog	Imbissbude: »Nani ni shimashōka?«
		Dialog	Nudelverkäufer: »Futatsu jūbun desu yo«
		Dialog	Nudelverkäufer: »Futatsu jūbun desu yo«

		Dialog	Nudelverkäufer: »Makashite kudasai yo«
		Bild	<i>waribashi</i> -Holzstäbchen
4	Der Auftrag	Dialog	Gaff: »Captain Bryant to ka, me ni omae yo« [sic!]
		Dialog	Nudelverkäufer: »Hai!«
		Schrift	<i>keisatsu</i> auf der Seite von Polizeiauto
		Bild	Japanerin auf Monitorleinwand
		Bild	Gaff faltet Origami (Huhn)
5	Tyrell Corporation	–	–
6	Hotel	Schrift	Neonschilder <i>gorufu yōhin, mannenpitsu</i> , Atari-Firmenlogo mit Schriftzug
7	Roy und Leon bei Chew	–	–
8	Deckard und Rachael	–	–
9	Pris und Sebastian	Bild + Musik	Filmprojektion auf »Zeppelin« mit Japanerin, dazu Musik »Ogi no mato«
10	Deckard zu Hause	Bild	Bonsai vor Fenster (fünfmal eingeblendet)
11	Deckards Nachforschungen	Schrift	Neonschilder ... <i>kuteru</i> (in Katakana), ... <i>no jūjitsu no ue ni, temochi no karasuguchi</i> sowie ein weiteres unleserliches in Katakana
		Schrift	Aufkleber neben öffentlichem Telefon mit Hiragana und Kanji, Text nicht zu entziffern
12	Deckard und Zhora	Schrift	Neonschild <i>gorufu</i>
		Dialog	Männerstimme: »nanika hen na mono ...«; Frauenstimme: »aa, kore wa dare kara no purezento«
		Schrift	Atari-Firmenlogo (fünfmal eingeblendet)
		Schrift	Neonschild mit unleserlichen Katakana (achtmal eingeblendet)
		Schrift	Neonschild <i>nihon no ryōri</i> (auf dem Kopf stehend; dreimal eingeblendet)
		Schrift	Neonschild mit Katakana <i>resuto[ran]</i>
13	Reaktionen	Bild	Passanten mit Papierschirmen
		Schrift	Atari-Firmenlogo
		Schrift	Neonschild <i>mannenpitsu</i>
		Schrift	Neonschild mit Katakana <i>to</i>
14	Deckard und Rachael	–	–
15	Pris und Sebastian und Roy	Bild + Musik	Monitorleinwand mit Japanerin, dazu Musik »Ogi no mato«
16	Roy und Tyrell	–	–
17	Deckard und Pris	Schrift	Neonschilder <i>gorufu, raitaa, parupu, mannenpitsu, kōsui</i>
18	Deckard und Roy	Schrift	Neonschild mit Hiragana <i>no</i>
		Schrift	Neonschild »TDK«
19	Deckard und Gaff	–	–
20	Deckard und Rachael	Bild	Origami (Einhorn)
21	Abspann	–	–