

Zuschauer? Zwischen Kino und sozialen Netzwerken

Zuschauer sind konstitutiv für den Film, – ob sie sich in Kinosälen einfinden, einer Filmaufführung im Café beiwohnen oder aber an einem anderen öffentlichen Ort zu einem „Public Viewing“ zusammenkommen. Inzwischen bilden sich auch Zuschauerschaften durch soziale Netzwerke. Anders formuliert: ohne Zuschauer ist Film nicht zu denken – weder als Bedeutungskonstruktion noch als soziale Praxis. Durch neue Präsentations- und Distributionsformen verändert und diversifiziert sich das Publikum und bildet heute unterschiedliche Formen einer Zuschauerpraxis aus. Allerdings hat sich Zuschauerschaft in der Geschichte des Films schon häufig gewandelt. Das 18. Internationale Bremer Symposium zum Film greift diesen Wandel auf und fragt nach den Zuschauern zwischen Kino und sozialen Netzwerken.

Filme und ihre Präsentationsformen sind auch historisch betrachtet immer auf ein Publikum ausgerichtet. Dieses wird auf unterschiedliche Weise vom Film angesprochen: durch eine direkte Adressierung im frühen Kino, durch eine komplexe Narration, eine Bildansicht, durch ein Sounddesign, oder durch alles zusammen. Auch das Kino adressiert die Zuschauer: als Architektur, als Institution und als spezifische Anordnung einer gemeinschaftlichen Filmwahrnehmung. Im Kino wird den Zuschauern ein Platz (im Dunkeln) angeboten. Was in diesem Dunkel geschieht (als Aktion und Reaktion der Zuschauer), hat von je her Anlass gegeben zu Spekulationen. Es hat schon sehr früh zahlreiche Warnungen besorgter Bürger und Politiker hervorgebracht, und die ersten wissenschaftlichen Untersuchungen zum Kinopublikum, z.B. Emilie Altenlohs Studie „Zur Soziologie des Kinos“ (1914) oder die Studien des Payne Fund Anfang der 1930er Jahre. Auch die Filme selbst haben die Zuschaueraktivitäten schon früh zum Thema gemacht und zumeist ironisch auf die Warnungen vor dem Kino reagiert, oder selbstreflexiv die Filmwahrnehmung in Szene gesetzt – als Massenpublikum oder als einsame/r Zuschauer/in.

In der Filmtheorie wurden mit der Konstitution eines Massenpublikums zudem große utopische Hoffnungen verbunden. Jenseits der Utopien wurde differenziert über unterschiedliche Formen der Zuschaueraktivität nachgedacht. So wurde den Zuschauern ein Zustand des Träumens zugeschrieben (Siegfried Kracauer) oder eine zweite Ebene der Aufmerksamkeit jenseits der Leinwand (Roland Barthes). Aber Zuschauer sind nicht gleich Zuschauer. In historischer Perspektive wurden die Zuschauer des Theaters von denen des Films unterschieden. Die feministische Filmtheorie hat nach der weiblichen Zuschauerschaft gefragt. Zuschauer wurden und werden als Leser gefasst, und die Filmpädagogik spricht in ihrem Kontext von einer Filmlesekompetenz. Geht eine Filmtheorie vom Bild aus, so werden die Zuschauer als Betrachter konzipiert, die auf die Geschwindigkeit von Bildwechsel und Bewegungsbild physisch, kognitiv und emotional reagieren. Solche Ansätze kulminieren häufig in komplexen Modellen der Filmrezeption, der wiederum die soziale Praxis konkreter historischer Zuschauerschaften gegenüberstehen, die eher von den Ansätzen einer historisch und lokal orientierten Rezeptionsforschung ins Auge gefasst werden. Die neuen Medien haben mit ihrem Begriff der Interaktion (der User) explizit oder implizit passive Filmzuschauer unterstellt und eine differenzierte Betrachtungsweise von Zuschaueraktivitäten ignoriert, die ja nicht nur eine aktive Filmwahrnehmung oder -rezeption meint, sondern auch die kommunikative Interaktion der Zuschauer unter- und miteinander. Während im Kontext der Diskurse zu sozialen Netzwerken die Aneignung von Filmen im Vordergrund steht, ohne genau klären zu können, was jenseits der Speicherung von Daten tatsächlich angeeignet wird.

18. Internationales Bremer Symposium zum Film 17. – 20.01.2013

Neben solchen Beschreibungen der kulturellen Erfahrungsdimension der Zuschauer gibt es bis heute Versuche einer qualitativen und quantitativen Erfassung der Zuschauer im Sinne einer kulturellen Reaktion auf den Film, aber auch im Hinblick auf seine ökonomische Bedeutung am Boxoffice oder sekundären Filmmärkten. Filme werden zunächst spezifischen oder repräsentativen Zuschauern in Testscreenings gezeigt, bevor sie ins Kino kommen. Die qualitative Bedeutung eines Films für die Zuschauer wird von Zuschauern und Usern mitbestimmt und zwischen Presse, Medienöffentlichkeit und Kulturinstitutionen ausgehandelt. Filmkritiker, Kuratoren und Blogger sind Zuschauer, die Filmen ein Gedächtnis verleihen können – oder eben nicht. Auch der/die einzelne Zuschauer/in kann das Kino verlassen und gibt damit einer Haltung gegenüber dem Film Ausdruck. Die quantitative Erfassung der Zuschauer bemisst hingegen den ökonomischen Erfolg eines Films als Wirtschaftsfaktor. Der Erfolg am Boxoffice lässt aber auch Rückschlüsse auf kulturelle Identitäten zu, Filme können so auch zu einem kulturellen Aushängeschild einer Nation werden.

Begreift man das Kino als sozialen Ort der Zuschauer, so rücken Freizeit- und Sozialverhalten eines historischen Massenpublikums der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts und der Kontext kapitalistischer Produktionsverhältnisse in den Blick. In dieser Zeit konkurriert das Kino mit Theatern, Opernhäusern und Konzertsälen um die gesellschaftliche Vormachtstellung als kulturelle Einrichtung, als Ort des Vergnügens, der sozialen Reproduktion und Vergemeinschaftung. Mit der Verbreitung anderer Kommunikationsmedien (Radio, Fernsehen, Internet) wird die massenmediale Bedeutung des Kinos relativiert. Gleichzeitig differenzieren und spezialisieren sich die Publika im kulturellen wie im sozialen Sinne. Im Zeitalter der sozialen Netzwerke wird diese Entwicklung weiter forciert. So wie jeder User im Internet zum Produzenten, Publizisten und Autor werden kann, so kann heute auch jeder (Zuschauer) seine eigene Öffentlichkeit für Filme herstellen oder durch soziale Netzwerke zu Filmaufführungen an privaten, öffentlichen oder virtuellen Orten einladen.

Das *18. Internationale Bremer Symposium zum Film* beschäftigt sich mit dem Wandel der Zuschauerschaft. Aus der gegenwärtigen Umbruchsituation heraus geht der Blick zurück auf eine Geschichte der Zuschauer, und der gegenwärtige Wandel wird aus historischer Perspektive reflektiert. Das Symposium setzt sich aus Vorträgen, Diskussionen, Filmscreenings und Performances zusammen. Zum Auftakt des Symposiums wird am Donnerstag, den 17. Januar, der 15. Bremer Filmpreis an eine Persönlichkeit für ihre Verdienste um den europäischen Film verliehen. Der Preis wird von der Kunst- und Kultur-Stiftung der Sparkasse Bremen gestiftet.

Nachwuchswissenschaftler/innen

Die Veranstalter laden Nachwuchswissenschaftler/innen aus dem Bereich der Film- und Medienwissenschaft ein, sich an internen Arbeitsgruppen des Symposiums zu beteiligen. Ziel ist die Diskussion der eigenen Forschungsarbeit und der Austausch unter Kollegen. Zur Teilnahme werden **bis zum 01. November 2012** ein Abstract von einer halben Seite erbeten, die im Themenspektrum des Symposiums liegen soll (auf deutsch oder englisch), sowie ein Curriculum vitae. Aus den Einsendungen wählen die Veranstalter eine begrenzte Anzahl aus. Für diese Teilnehmer/innen wird ein Reisekostenzuschuss übernommen. Die Arbeitsgruppen finden begleitend zum Symposium statt. Der detaillierte Ablauf wird rechtzeitig bekannt gegeben. Einsendungen bitte an Winfried Pauleit.