

Joe Kember: Marketing Modernity. Victorian Popular Shows and Early Cinema

Exeter: University of Exeter Press 2009, 296 S., ISBN 978-0-85989-801-0, 58,99 €

An Fachliteratur zu den Anfängen des Films und des Kinos mangelt es nicht gerade. Mit seiner Studie zum frühen Film (für den Autor 1908/09) gelingt es Joe Kember einen interessanten Beitrag zu leisten, indem er seine Untersuchung im Zusammenhang mit den etablierten Institutionen des viktorianischen Unterhaltungsbetriebes – wie Laterna Magica-Vorführungen oder *shop shows*, wo in kleinen Räumen besondere Attraktionen ausgestellt wurden, deren berühmteste sicher die *Freak Shows* sind – durchführt. Kontextualisierung spielt dabei eine wichtige Rolle: Kein neues Medium entsteht voraussetzungslos im luftleeren Raum, hier sind es die kulturellen Bedingungen der Spätmoderne um das Jahr 1900, die die Anfänge des Kinos prägen. Stichwortartig gefasst, vollzieht sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ein erneuter Industrialisierungsschub, aus dem die Massengesellschaft hervorgeht, und der Phänomene wie die Auflösung traditioneller Gemeinschaften und Normsysteme, Entfremdung und Identitätsverlust nach sich zieht.

Kembers These lautet, dass der frühe Film dem Betrachter zahlreiche Möglichkeiten bot, den als bedrohlich empfundenen Tendenzen der Moderne zu begegnen. Dabei stellt er Praktiken in den Mittelpunkt, die den Verlust von persönlichen Beziehungen, von Empathie und Intimität in der Gesellschaft auffangen. Diese Praktiken stammen aus verschiedenen Bereichen der Unterhaltung und ihrer Vermarktung. Dazu zählen inhaltliche Aspekte wie die Wiedergabe alltäglicher Szenen oder darstellerische wie der direkte Blick ins Publikum. Schauspieler knüpften an das gestische und mimische Repertoire vertrauter Unterhaltungsformen an, seien es Theater, Vaudeville oder *shop show*. Institutionell erfolgte eine persönliche Ansprache, die Etablierung von Vertrautheit und Nähe durch das Auftreten von Figuren und bekannten Künstlern, die aus anderen Unterhaltungsformen bekannt waren. Genuin neu war die Figur des Kameramanns, der entweder in der Filmerzählung selbst über seine Rolle als Beobachter einen besonderen Platz einnahm oder aufgrund gefährlicher Aufnahmebedingungen zu eigenem Ruhm kommen konnte. Im letzteren Fall knüpft die Figur des Kameramanns an ein Vorbild an, das um die Jahrhundertwende populär war, das des Abenteurers.

Kember fächert das Feld in fünf Kapiteln auf: Im ersten Kapitel charakterisiert er den frühen Film anhand der Einbettung in den kulturellen Kontext. Er umreißt die Bedingungen der Moderne, zu deren bedeutendsten er den Verlust von Nähe und Empathie zählt. Darauf folgt die Darstellung des institutionellen Kontexts, in dem sich die Entwicklung des Films vollzieht sowie Anmerkungen zu den beteiligten Personen wie Produzenten oder Kameraleute.

Im zweiten und dritten Kapitel werden zwei Unterhaltungsformen bzw. -traditionen vorgestellt, die als Vorläufer des Films gelten: der illustrierte Vortrag, zu denen die Laterna Magica-Aufführung gehört, und der Vortragskünstler sowie die Figur des *showman* mit ihren jeweiligen Bedeutungen, Wirkungen und Beziehungen zum Publikum. In Kapitel 4 stehen Aspekte der *performance* im Mittelpunkt: die Bedeutung des Gesichts, unterschiedliche Filmgenres, Schauspieltechniken und der Einfluss früherer Traditionen, sowie die Möglichkeit der Selbstpräsentation von Laiendarstellern im Film. Kapitel 5 ist dem Thema der Autorschaft gewidmet, der Frage danach, wem ein Film gehört und wie er zustande kommt. Hier spielen zwei Figuren herausragende Rollen: der Kameramann als Abenteurer und der Filmemacher als Zauberer. Für beide Figuren lässt sich eine Kontinuität aus früheren Unterhaltungsformen aufweisen. Kembers Zugriff ermöglicht durch die Konzentration auf die Einbettung des frühen Films in den institutionellen Zusammenhang gemeinsame kulturelle und wirtschaftliche Kontinuitäten aufzuzeigen. Die unterschiedlichen Aufführungsstätten – vom Vortragssaal bis zum Rummelplatz – verweisen auf die verschiedenen Anforderungen und Erwartungen, mit denen sich die Pioniere des Films auseinandersetzen mussten. Zentral für die Betrachtungsweise Kembers ist sein soziologischer Zugang im Anschluss an Anthony Giddens und dessen Prinzip der Dualität der Struktur (vorgestellt in *The Constitution of Society*. Cambridge 1984). Dies ist eine wichtige

Vorentscheidung für die Untersuchung, da davon ausgegangen wird, dass innerhalb von sozialen Systemen Institutionen und ihre Strukturen dem Individuum Handlungsoptionen bieten, die sowohl zur Bestätigung der Struktur als auch zu ihrer Veränderung beitragen können.

Für Kember ist dieser Ansatz fruchtbar, weil die Entwicklung des frühen Films ein besonders einleuchtendes Beispiel für die schrittweise Veränderung vorhandener Institutionen ist, ins Werk gesetzt durch Akteure, die auf gesellschaftliche Veränderungen reagieren. Materialreich führt er aus, wie der frühe Film an bekannte Traditionen anknüpft und das Publikum, somit vertraut mit Erzählweisen und Aufführungsarten, einen leichten Zugang zu dem neuen Medium finden konnte. So werden bereits existierende institutionelle Strukturen im frühen Film reproduziert.

Der Erfolg des neuen Mediums verdankt sich nach Kember zum einen der Kontinuität in den Bereichen Aufführungs- und Geschäftspraxis sowie Darstellungskonventionen und Publikumsansprache, zum anderen der Flexibilität, diese Praktiken weiterzuentwickeln bzw. neu zu fassen. Ein stabiler Markt war notwendig, um das neue Medium profitabel zu machen. Um dies zu erreichen, war es erforderlich, die Bedürfnisse des Publikums zu erkennen und zu bedienen. Aus dieser Sicht bezeichnet die Entstehung des Films keineswegs einen besonderen Moment der Mediengeschichte, sondern ist lediglich Teil des Balanceakts zwischen Kontinuität und Veränderung der Institutionen. Doch um welche Bedürfnisse handelt es sich konkret? In einer sich immer schneller wandelnden Welt, in der die tradierten Ordnungsmuster ihre Gültigkeit verlieren, Identität, Gemeinschaft und Kommunikation untergraben, ja aufgelöst werden, gilt es zunächst für den Einzelnen, das tägliche Leben reflektiert und selbstbestimmt meistern zu können und mit der zunehmenden Entfremdung umgehen zu lernen. Folgt man Kember, so vermag der frühe Film davon zu profitieren, diesen Ängsten und Schwierigkeiten zu begegnen. So wird das Publikum (dessen vom Autor scheinbar angenommene Homogenität wohl bezweifelt werden kann) darin unterstützt, verschiedene Absichten und Interpretationen zu unterscheiden bzw. zu entwickeln. Die zahlreichen Momente der Publikumsansprache durch Darsteller oder Kameraleute erfüllen die bedeutende Funktion, ausgehend von einer gemeinsamen kulturellen Basis, Nähe und Vertrautheit herzustellen, Identität zu bestätigen sowie Unterschiede und Brüche zu maskieren.

Kember zufolge besteht eine besonders befruchtende Auffassung des frühen Films darin, ihn im Anschluss an Giddens soziologische Theorie als moderne institutionelle Struktur zu betrachten, die sich in die Struktur des Alltagslebens eingewoben hat und deren Erfolg darin bestand, alte Konstruktionen von Kommunikation, Gemeinschaft und Identität zu verändern bzw. veränderte zu etablieren. Der Titel *Marketing Modernity* betont den Aspekt der Geschäftspraktiken. Der frühe Film erlaubte mittels Rückgriff auf vertraute Mittel und das Gespür für die Bedürfnisse des Publikums diesem, mit den Umbrüchen und Paradigmen-

wechsellern um 1900 umzugehen. Die Tendenzen der Moderne wurden im Film aufgegriffen und so genutzt, dass das neue Medium wirtschaftlich erfolgreich werden konnte.

Kember hat einiges an neuem und ungewöhnlichem Material für seine Studie genutzt, insbesondere entsprechende Filme. Daher verwundert und enttäuscht der Mangel an Abbildungen, der durch Beschreibungen kaum aufgewogen werden kann. Darüber hinaus konsultiert er zeitgenössische Fachpublikationen und zitiert aus Memoiren wichtiger Persönlichkeiten der Unterhaltungsbranche. Die Fülle an Einzelbeobachtungen sprengt jedoch mitunter den Rahmen. Das Buch leidet ein wenig an der überbetonten Hauptthese, die letztlich nicht geeignet ist, die Fülle der Phänomene zu fassen und daher mitunter gewaltsam übergestülpt erscheint. Die außergewöhnlich ausführliche Bibliographie und das sehr genaue Register machen *Marketing Modernity* dennoch zu einem Buch, das wissenschaftlich lohnend ist und sehr instruktiv für die Beschäftigung mit den Anfängen des Films.

Nina Riedler (Berlin/ Duisburg-Essen)