

Fotografie und Film

Arbeitsgemeinschaft Cinema (Hg.): Das Private

Zürich: Chronos 1999 (Cinema 44), ISBN 3-905313-02-2,

ISSN 1010-3627, DM 38,-

Die Kamera sieht nicht nur mehr als das menschliche Auge, sondern die sich ständig verfeinernden Kommunikationssysteme bestimmen auch das Verhältnis zwischen privaten und öffentlichen Räumen ständig neu, stellen beide her und verändern die Beziehungen zwischen beiden. Dementsprechend konstituieren sich auch Selbstentwürfe zunehmend nicht mehr durch den Blick eines anderen Menschen, sondern im Spiegel eines allgegenwärtigen apparativen Blicks. Etablierte bereits das Fernsehen in einem permanenten Feedback zwischen Privatem und Öffentlichem ein allgemeines Dispositiv, das eher als Simulations- denn als Kommunikationsraum beschreibbar ist, so bietet das Internet durch die dank steigender Transferaten und erschwinglich werdender Webcams zunehmend angewandte televisuelle Kompetenz der Nutzer erstmals eine „Demokratisierung des Voyeurismus im Weltmaßstab“ (S.15). Dem „Medienrealismus“, der das Vorgängige durch vielfältigste Beteiligungsrituale überformt und aufsaugt, setzt Jörg Huber in seinem Einleitungsbeitrag die Forderung nach einem Insistieren auf der Differenz zwischen Medienraum und alltäglicher Erfahrungswelt entgegen und fordert ein kritisches Bildverständnis ein, das die *Voraussetzungen* der medialen Konstruktion privater Räume im Blick behält.

Derart eingestimmt, stößt man im weiteren Verlauf von „Cinema 44“ auf Beiträge, die das Phänomen „Privatheit“ innerhalb unterschiedlichster Zusammenhänge von Produktion, Rezeption und Ausdruck verorten. Die Veränderungen, denen der Bereich des Privaten aufgrund vielfältiger medialer Vernetzungen ausgesetzt ist, manifestieren sich in fiktionalen oder dokumentaristischen Repräsentationen des Privaten, in die auch der Privatbereich des Zuschauers zunehmend involviert erscheint. Dies illustrieren etwa jene Beiträge, die sich mit der Kultur des Heimkinematographen und dem Beginn des Amateurfilms in der Frühzeit des Kinos bzw. mit der Tradition des Familienfilms auseinandersetzen (Martina Roepke und Alexandra Schneider). Aufhänger in letzterem ist die medienreflexive Ästhetik von Fredi M. Murer, der den Dilettantismus des Genres zum Thema eines seiner Filme erhebt, die „Gesten der Privatheit“, wie sie dieses Genre hervorbringt, also selbst einer medialen Reflexion unterzieht. Ein weiterer Beitrag (Patrick Straumann) widmet sich den sich verändernden Realismuskonzepten Richard Leacocks, und auch hier steht der medienreflexive Aspekt, die Notwendigkeit der ständigen Überprüfung des Blicks bei der Hervorbringung des Privaten, im Vordergrund. Authentizitätsstrategien untersucht Christine Noll Brinckmann anhand der ästhetischen Verdichtungen des Privaten in einer Art Dauerperformance der Filmema-

cherin Charlotte Robertson, die das Festhalten des eigenen Lebens auf Film als therapeutische Maßnahme begreift: vom Privaten als Material zum künstlerischen Ausdruck allgemeiner Ideen.

Die übrigen Beiträge des Bandes befassen sich ebenfalls mit ästhetischen Strategien der Hervorbringung des Privaten, das auch ex negativo definiert sein kann, als Mangel und Aussparung. So etwa in Chinas Kino der fünften Generation, dem Till Brockmann einen negierten Anspruch auf Privatheit bescheinigt, deren Entfaltung sich die Traditionen von Kommunismus/Konfuzianismus tendenziell entgegenstellen und in dem zumal Sexualität – die intimste Form des Privaten – als öffentliche Angelegenheit in archaischen Ritualen zelebriert wird (*Rote Laterne*). Oder in Pasolinis *120 Tage* (Ruedi Widmer/Stefan Zweifel), der machtgesättigte Räume inszeniert, die den Opfern keinerlei Rückzugsmöglichkeit ins Private lassen – ebenso wenig wie dem Zuschauer, der sich mit Gewaltexzessen konfrontiert sieht, die sich der Zeichenhaftigkeit des 'Textes' als nackte Körperlichkeit entgegenstellen. In der Engführung de Sades mit Pasolini kommen die Autoren zu dem Schluss, dass die Leerstellen, die de Sades Text noch enthielt, in Pasolinis Film fehlen; eine gewaltgesättigte Diegese, die die „Integrität der eigenen Perspektive“ absorbiert. (S.109)

Margrit Tröhler schließlich entwirft eine Typologie von Werbefilmen. Allen Formen von Imagewerbung, die – anders als die traditionelle „Reklame“ – auf das Begehren und nicht auf tatsächliche Bedürfnisse rekurrieren, bescheinigt sie die Fokussierung des privaten und intimen Bereichs, die sich zumal im fetischisierten Körperbild konkretisiert, der Haut als letztem und ungeschütztem Reservat des Privaten. Direkt auf den Privatraum des Zuschauers angelegt sind auch die narrativen Konstruktionen familiärer Harmonie, die mittels identifikatorischer Strategien auf Einbeziehung und Teilnahme abzielen und die auch Elemente des Familienfilms enthalten können. Eine konsensualisierende Erzählhaltung soll hier die Illusion von Zugehörigkeit schaffen.

Der Band versammelt Fallbeispiele, die die Konstruktionen des Privaten in medialen Zusammenhängen illustrieren. Es geht also weniger um eine kategoriale Neudefinition des Verhältnisses von Öffentlichem und Privatem als um die Beschreibung unterschiedlicher medialer Formen der Hervorbringung des Privaten innerhalb bestimmter Genres, Œuvres oder Einzelwerke.

Matthias Kraus (Marburg)