

Vorwort der Herausgeber

Was heißt Filmerfahrung? Wie gestaltet sie sich in Bezug auf den architektonischen und sozialen Ort des Kinos? Und wie wandelt sie sich im Zuge der Digitalisierung der Medien und einem sich vollziehenden Umbruch des kinematografischen Wahrnehmungsdispositivs? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt des von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Netzwerks «Erfahrungsraum Kino». Das Netzwerk, das 2011 seine Arbeit aufgenommen hat und aus zehn Filmwissenschaftlerinnen und Filmwissenschaftlern aus Deutschland, der Schweiz und Holland besteht, macht es sich zur Aufgabe, den Transformationen des Nutzungs- und Wahrnehmungsdispositivs Kino nachzuspüren und legt in diesem AUGENBLICK-Doppelheft, unter Hinzunahme zweier Aufsätze von Nachwuchsforschenden zur lokalen Kinogeschichte, erste Forschungsergebnisse vor.

Dem Thema nähert sich das Netzwerk aus den verschiedenen filmwissenschaftlichen Arbeitsbereichen Geschichte, Theorie und Ästhetik, mit verschiedenen methodischen und theoretischen Ansätzen. Entsprechend der drei Sektionen «Filmerfahrung und Kino als sozialer Ort», «Filmrezeption zwischen Wissenserwerb, Sinnesreizung und neuen ästhetischen Wahrnehmungsangeboten» sowie «Das Dispositiv Kino im Horizont neuer digitaler Medien und damit einhergehende Transformationen» werden die aktuellen Umbrüche im Bereich von Kino und Film mit Blick auf den Zuschauer und seine Rezeptionserfahrung analysiert.

Sektion I widmet sich der phänomenologischen, ethnologischen, sozialen und physisch-sinnlichen Erfahrung des Ortes Kino als öffentlichem Raum bzw. Ort des Austauschs über Filme, wobei der Fokus insbesondere Architektur, sozialen Ritualen und Faktoren raumgebundener Sinneswahrnehmung gilt.

Die Untersuchungen von Adrian Gerber und Johanne Hoppe zur Kinogeschichte Zürichs und Bonns gelten lokalen Besonderheiten des architektonischen Stils, des Programms einzelner Kinos in städtischen Topographien, der historischen Filmwerbung und verschiedenen Medien der Publikumsansprache. Kinogeschichte zeigt sich hier als Lokalgeschichte, die deutlich von den jeweiligen historischen Mentalitäten und lokalen ökonomischen Verhältnissen geprägt ist. In seinem Beitrag zur Rezeption dokumentarischer Formate im Kontext von Vereinen zeigt Wolfgang Fuhrmann auf, dass die Sinnzuschreibung dokumentarischer Filme seit der frühen Kinematografie je nach situativem Kontext sehr unterschiedlich ausfallen kann. Ob ein Film über eine Safari in Afrika in einem Kolonial- oder einem Naturschutzverein gezeigt wird, lässt den Film jeweils in einem völlig anderen Licht erscheinen und die möglichen Erfahrungsformen des Films sich vehement unterscheiden.

Senta Siewert stellt in ihrem Werkstattbericht einen Forschungsansatz zum Kuratieren von Experimentalfilmen vor und schlägt eine Brücke zwischen kuratorischer Praxis und analytischer Wissenschaft, indem sie der Frage nachgeht, wie das

Untersuchen von filmischen Erfahrungsräumen und deren Produktion in Beziehung gesetzt werden können.

Julian Hanich widmet sich in seinem Beitrag einem alltäglichen Phänomen, das die Filmelerfahrung im Kino als sozialem Ort begleitet: dem Ärger und der Wut des Zuschauers über andere Zuschauer, wenn sie durch Aktivitäten abseits des Filmrezipierens Störungen des Filmelerlebnisses hervorrufen, aber auch dem Problem, welche psychologischen Phänomene wirksam werden, wenn der Ärger über den Film selbst nicht an seine Urheber herangetragen werden kann.

Die Untersuchungen der Sektion II betrachten den Film als Bestandteil sowohl persönlicher Erfahrungen wie auch kollektiver historischer Einsichten, die vom Film zunächst (mit-)bedingt, aber immer wieder auch aufgegriffen, neu verhandelt und transformiert werden können. Es geht darum, wie Filmemacher die Ästhetik und die Dramaturgie von Filmen so gestalten, dass sie in der Besonderheit des Dispositivs Kino am besten zur Geltung kommen. Es wird der Frage nachgegangen, wie Filmästhetik diesen Bedingungen Rechnung trägt, sie immer wieder nährt und damit auf die sinnliche Erfahrung des Kinoerlebnisses fokussiert bleibt. Über die Wissensvermittlung hinaus wird ein Zusammenspiel von Vorwissen und vermittelten Inhalten, von Sinnesreizen und Verständnismomenten, von Erwartungen und Herausforderungen modelliert, die nur in einem dialogischen Schema verstanden werden können.

In seinem Beitrag präsentiert Marcus Stiglegger eine Breitschau von Augenmotiven in unterschiedlichsten filmischen Konstellationen. Deutlich wird, neben der zentralen Bedeutung, die das Motiv Auge für das Dispositiv Kamera besitzt, auch eine spezielle Form der ästhetischen Erfahrung, die Zuschauer und Leinwand in eine bestimmte Beziehung setzt. Das Medium scheint den Betrachter anzublicken und mit ihm explizit in ein kommunikatives, performatives Verhältnis zu treten. Eine der bedeutenden historischen Leistungen des Kinos ist die Bewahrung und Kultivierung von Erinnerung. Thomas Weber verdeutlicht am frühen Werk des französischen *rive gauche*-Filmemachers Alain Resnais, wie dieser sowohl dokumentarisch als auch fiktional Erinnerung und Gedächtnis in seinen Filmen reflektiert und das Medium selbst zu einem Gedächtnis der Bilder und des Wissens werden lässt. Ursula von Keitz geht der Frage nach, welche Faktoren dafür verantwortlich sind, dass ein Film besonders gut im Gedächtnis bleibt und gleichsam seine Nachhaltigkeit erweisen. Mit der Beschreibung von Erfahrungen, die dem Kino als Ort gelten, von lebensgeschichtlichen Faktoren und ästhetischen Strukturen von Filmen entwickelt sie, eine Art Selbstversuch anstellend, ein multifaktorielles Modell und erprobt dies am Beispiel von François Truffauts *L'ENFANT SAUVAGE*.

Im digitalen Zeitalter sind Techniken und Institutionen des Kinos in einem Umbruch begriffen, der sich in seiner Reichweite durchaus mit dem medialen Übergang des Stummfilms zum Tonfilm vergleichen lässt. Dem Zuschauer bietet sich heute eine vielfache Auswahl des Dispositivs seiner Filmrezeption. Er kann Filme im Internet betrachten, sie auf mobile Endgeräte laden, im Fernsehen anschauen

oder an öffentlichen Plätzen wie Flughäfen und Bahnhöfen beim Warten rezipieren. Die Folge ist eine «Explosion des Kinos», die seine gegenwärtige «Ortlosigkeit» zum Ausdruck bringt. Doch wie, so fragt die Sektion III, reagiert das Kino auf diese Herausforderung? Wie wird mit der Vielfalt von Angebotsformen umgegangen?

Auf der Basis eines Do-it-yourself-Kinos hat sich in den frühen 1970er Jahren eine eigene, neue Kultur der Filmproduktion und -rezeption gegründet. Daniel Kulle dokumentiert diese Tendenz anhand des *Queer Cinema*, das aus der schwulen Subkultur heraus Möglichkeiten der medialen Selbstreflexion und zugleich der Loslösung von etablierten Konventionen schuf. In London hat sich eine Tendenz des filmbasierten «Erlebnisparks» namens *Secret Cinema* etabliert, die Thomas Klein in einem Erlebnisbericht anhand des *Shawshank Redemption*-Events vermittelt. Hierbei wird ein bestimmter Spielfilm zur Basis eines Erlebnisraumes, in den das Publikum eintaucht und selbst zum Protagonisten in einer fremden Welt wird. Erst gegen Ende dieser Erfahrung wird tatsächlich der Film gezeigt, der dann als Teil der gemeinschaftlichen Erfahrung neu rezipierbar wird. Franziska Heller widmet sich verschiedenen aktuellen Modi und symbolischen Praktiken der Neupräsentation des historischen Filmerbes, die zwischen imitatorischen Verfahren eines Kinobesuchs in der Programmierung von DVD-Menues und besonderen Ritualen der Wiederaufführung historischer Filme bei Spezialfestivals changieren. Florian Mundhenke schließlich plädiert für eine Differenzierung des Dispositiv-Begriffs, den er unter kritischem Rückgriff auf die Apparatus-Theorie für die neuen dispositiven Anordnungen, in die das Filmesehen gestellt ist, diskutiert.

Das Titelbild und die Zwischenbilder, die den Sektionsbeiträgen vorangestellt sind, zeigen das ehemalige Kino Metropol in Bonn, in dem sich seit einigen Jahren die Filiale einer Buchhandelskette befindet. Die architektonische Innenausstattung blieb erkennbar erhalten. Es zeigt sich indes, dass die faktische «Annektierung» des einen Mediums durch ein anderes scheinbar nur um den Preis eines Geschäftsmodells zu haben ist, in dem es keineswegs nur um den Verkauf von Büchern geht.

Ursula von Keitz
Daniel Kulle
Marcus Stiglegger