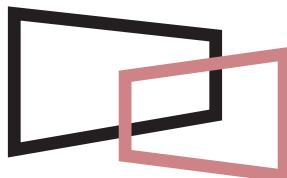


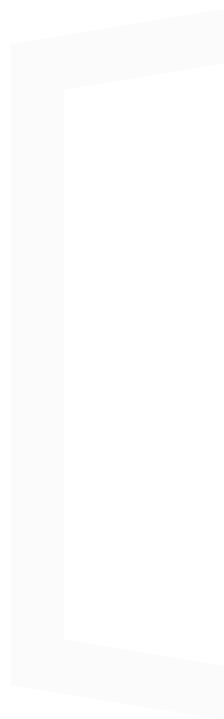
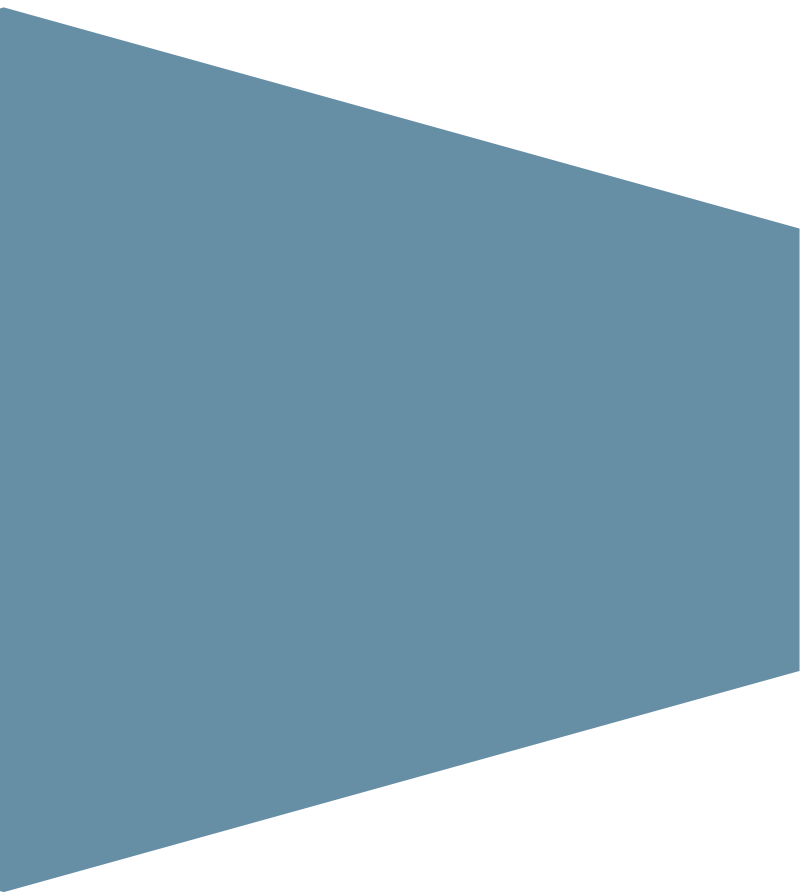
Forschungsprogramm Kolleg-Forscherguppe **Cinepoetics**

Hermann Kappelhoff
Michael Wedel

Cinepoetics



Poetologien
audiovisueller
Bilder



Cinempoetics – Poetologien audiovisueller Bilder

Die Kolleg-Forschergruppe *Cinempoetics – Poetologien audiovisueller Bilder* untersucht, wie filmische Bilder mit anderen filmischen Bildern interagieren, wie sie aus anderen Bildern entstehen und immer neue filmische Bilder hervorbringen. Das heißt sie erforscht die theoretischen Bedingungen und die historischen Ausprägungen audiovisueller Diskursivität.

Filme bilden nicht die Wirklichkeit ab, die uns umgibt – nicht die Welt, wie sie ›wirklich‹ ist, und nicht die Art und Weise, in der sie ›dem‹ Menschen ein für alle Mal gegeben ist. Sie sind vielmehr Medien, die es einer **nicht zu definierenden Vielzahl aller möglichen Menschen** erlaubt, eine gemeinsame Welt, ein geteiltes Empfinden für die gemeinschaftliche Welt herzustellen. Filmische Bilder sind also Medien der Herstellung eines sinnlich-physischen Erlebens der Welt, das von höchst verschiedenen Leuten mit höchst unterschiedlichen Erfahrungshorizonten, Begehrlichkeiten und Absichten geteilt, das zwischen ihnen aufgeteilt und mitgeteilt wird, um so das Gefühl für eine gemeinschaftliche Welt entstehen zu lassen.



Das filmische Bild

Folgt man dieser These, kann sich der Diskurs audiovisueller Bilder nicht auf repräsentierte Sachverhalte, nicht auf die repräsentierten Geschichten und auch nicht auf fiktionale oder reale Handlungen, die darin zur Darstellung kommen, beziehen. Er betrifft vielmehr die medialen Bedingungen menschlichen Wahrnehmens, Verstehens, Urteilens und Imaginierens; er modelliert in diesen Bedingungen unser Verhältnis zur gemeinschaftlich geteilten Welt.

Filmische Bilder tun dies auf eine spezielle Weise; existieren sie doch keineswegs per se als technische Artefakte, sondern stets und ausschließlich in der Aneignung audiovisueller Bilder durch Mediennutzer als Medien der Herstellung eines Gefühls für eine gemeinschaftliche Welt.

In diesem Sinne sprechen wir vom **Filme-Sehen** als einer spezifischen Aneignungsweise audiovisueller Bilder. Diese lässt die filmischen Bilder aus der Verschränkung zweier Wahrnehmungsakte hervorgehen: Einem Sehen und Hören, das sich als Audio-Vision in unterschiedlichsten Displays zur Darstellung bringt – und einem Aneignungsprozess des Medienkonsumenten, der sich auf dieses Sehen und Hören als einen Gegenstand seiner Wahrnehmung bezieht. Das filmische Bild geht erst aus der Interaktion von technischem Bewegtbild und seiner Rezeption hervor und weist über beides hinaus.



Poiesis des Filme-Sehens

Filmische Bilder sind also Medien, die hergestellt werden, um ein von vielen Leuten geteiltes Gefühl des In-der-Welt-Seins, einen **Sense of Commonality** ihres Handelns und Denkens herstellen zu können. Sie gehen aus einem doppelten Herstellungsprozess hervor – der Aneignung audiovisueller Bilder, die zum Medium gemacht werden, mit dem sich wiederum ein geteiltes Erleben der Welt, ein Sense of Commonality herstellen lässt.

Mit Blick auf diesen doppelten Herstellungsprozess sprechen wir von der **Poiesis des Filme-Sehens**. Dabei verstehen wir Poiesis (im Unterschied zur Praxis) als Akt des Hervorbringens, als Herstellung von etwas Neuem.

Wir wollen damit alle Spielarten von audiovisuellen Diskursen in den Blick nehmen und sie auf die doppelte Herstellung, die Poiesis des Filme-Sehens hin befragen: die Herstellung eines Mediums (das filmische Bild), mit dem sich ein geteiltes Erleben der Welt produzieren lässt, und die Herstellung eines geteilten Erlebens der Welt mit Hilfe eben dieses Mediums.

Die Konsumenten audiovisueller Bilder werden in ihren physischen Aktivitäten im selben Maße zu Medien des Entstehens filmischer Bilder wie das filmische Bild seinerseits zum Agenten der Geschichte des audiovisuellen Diskurses wird. Umgekehrt wird, was immer audiovisuelle Bilder an konventionellen Bedeutungsmustern, wirkungsästhetischem Kalkül und (regel-)poetischen Ste-



reotypen den Medienkonsumenten vorgeben mögen, im Akt des Filme-Sehens zum Gegenstand einer eigensinnigen Herstellung von Wahrnehmungsräumen, Affektskripten und kognitiven Schemata, welche jeden dieser Aspekte auf eine konkrete soziokulturelle Erfahrungskonstellation beziehen.

Aus diesen Überlegungen ergeben sich weitreichende Implikationen nicht nur für das Schreiben von Film- und Mediengeschichte, sondern für das Verhältnis des Diskurses audiovisueller Bilder zur Geschichte, zur Gesellschaft und zum Politischen. Ziel unserer Forschung ist es, in der Entfaltung des Begriffs der Poiesis des Filme-Sehens die Geschichtlichkeit des audiovisuellen Diskurses zu bestimmen.

In gewisser Weise bleibt die Poiesis des Filme-Sehens, die Herstellung eines je neuen filmischen Bildes, selbst unsichtbar. Sie bringt sich erst in ihren Effekten zur Geltung. Im analytischen Zugriff lässt sich der ›Nexus‹ dieser Poiesis – die Aneignung des audiovisuellem Bildes durch Mediennutzer – nach zwei Seiten hin ausfalten: einerseits in die Analyse poetischer Konzepte von Filmen als Zeugnisse eines Aneignungsprozesses von filmischen Bildern, andererseits in die Analyse bestimmter Spielarten des Konsums audiovisueller Bilder als eigensinnige Herstellung von Wahrnehmungsräumen, Affektskripten und kognitiven Schemata.



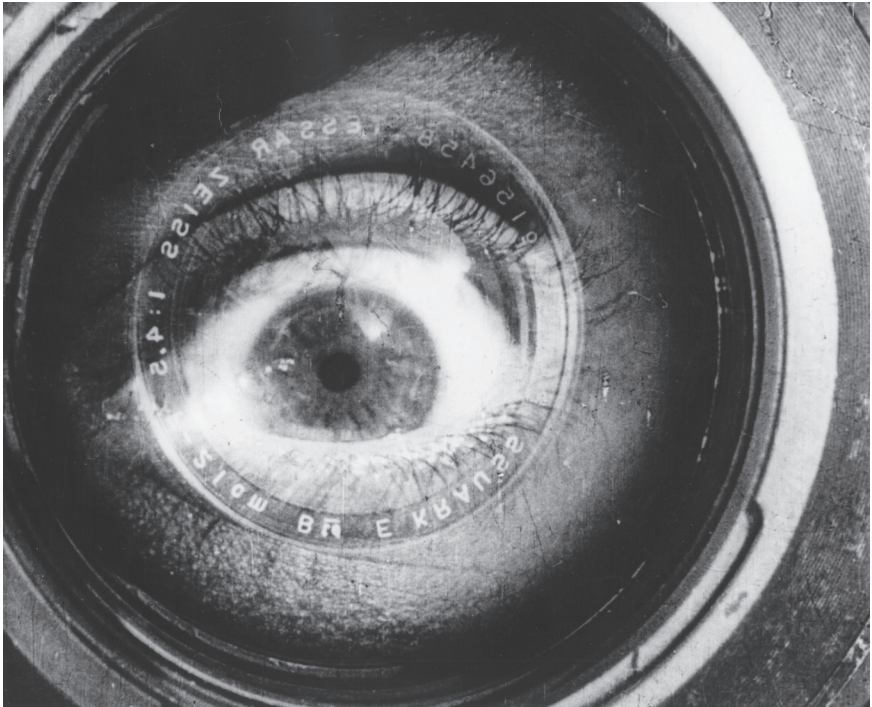
Die erste Seite – das **Filmemachen** als Form des Konsums – lässt sich besonders gut an den europäischen Neuen Wellen der 1960er und 1970er Jahre illustrieren. Diese Neuen Wellen sind genauso wie das New Hollywood unmittelbar aus der Cinéphilie als einer Poiesis des Filme-Sehens entstanden. Deren vielfältige Bezugnahmen auf das klassische Hollywoodkino sind nur ein prägnantes Beispiel, wie sehr sich im Filme-Machen eine Poiesis des Filme-Sehens artikuliert, die sich in den Diskursen von Kritik und Theorie fortsetzt. In ihrer politischen Dimension wird diese Wechselbeziehung immer dann evident, wenn sie explizit eine minoritäre Position gegen eine kulturelle Hegemonie zur Geltung zu bringen sucht: etwa in der Auseinandersetzung des deutsch-türkischen Films mit Hollywood und dem deutschen Fernsehen oder dem Remake eines Hollywood-Blockbusters als afrikanische Amateurvideoproduktion. Es wird eine Hauptaufgabe der Kolleg-Forschergruppe sein, filmische Bilder in ihren inszenatorischen Logiken und Wechselbezügen als taktische Aneignung und Modifikation vorgängiger Inszenierungskonzepte zu analysieren.

Die zweite Seite – das Spektrum verschiedener Konsumtionsweisen – lässt sich gut identifizieren, wenn sie in Form »taktischer Aneignungen«, als »Kunstfertigkeit« (De Certeau) im Umgang mit Medien offensichtliche soziale und kulturelle Effekte zeitigt: in der Konstitution dissidenter **Geschmacksgemeinschaften**, die auf Umwertung und Sinnverkehrung zielen und dabei den Trash, das Abstoßende und das Abstoßende affirmieren; oder in den Camp-, Queer- oder Girlie-Gemeinden, denen repressive Klischees normgerechter Unterhaltungskultur zu Gegenständen ästhetischen Vergnügens werden. Ähnliches gilt für jene Gemeinschaften, die sich durch einen spezifischen Mediengebrauch profilieren – die Videotheken-Nerds der 1980er Jahre, die Serienjunkies der Gegenwart oder jene Youtube-User, die Filme im Schnipselformat konsumieren. Die Poiesis des Filme-Sehens zeigt sich hier als eine »Taktik des Konsums«, die in der Arbeit der Kolleg-Forschergruppe auf ihre politische Dimension hin zu befragen ist.

Diese Poiesis mit ihren zwei unauflösbar miteinander verschränkten Seiten rückt in unserer Konzeption nicht nur an die Stelle einer Abbildung der Wirklichkeit, sondern auch an die Stelle jeder Form von Produktionslogik, von auktorialer Intention. In eben diesem Sinn ist auch die Rezeption aus unserer Perspektive niemals auf den bloßen Nachvollzug poetischer Logiken, das Verstehen von Narration oder die Anwendung von Genrewissen zu reduzieren. Weder die Seite der Produktion noch die der Rezeption erfassen für sich genommen das, was wir als ein filmisches Denken untersuchen wollen. Dieses Denken ist vielmehr das Produkt der Poiesis des Filme-Sehens.

Denken der Bilder

Die Formel vom »Denken der Bilder« bezieht sich auf die apriorischen Bedingungen der Möglichkeit von Erfahrung. Sie konzipiert diese als variable Verhältnisse von Raum und Zeit, wie sie durch filmische Bilder konstruiert werden: als dynamisch sich verändernde Bedingungen des Verstehens und Erkennens einer Welt. Damit sind noch die Relationen zwischen Subjekt und Objekt – als die grundlegenden Voraussetzungen der Sinnestätigkeit, der kognitiven Operationen, der Affizierung – als veränderliche Positionen verstanden, die sich im Akt des Filme-Sehens konstituieren. Hierdurch wird noch einmal klar, dass filmische Bilder sich nicht auf ein mimetisches Verhältnis zur Wirklichkeit oder auf Aussagen über diese Wirklichkeit reduzieren lassen. Sie leiten sich nicht unmittelbar aus apriorischen Gegebenheiten her (egal, ob es sich dabei um variable, kulturelle Größen handelt wie Konventionen, Normen oder Stereotype, oder um vermeintlich fixe physiologische Größen wie die Beschränkungen menschlicher Kognitions- und Wahrnehmungsfähigkeiten), sondern entstehen stets neu aus dem Zusammenspiel zwischen Produktion und Konsum in der Poiesis des Filme-Sehens.



Ein solcher Begriff vom Denken der Bilder impliziert außerdem, dass die Art und Weise der Bezugnahme von Bildern auf Bilder nicht von vornherein festgelegt ist. Vielmehr arbeitet jeder Film auf seine Weise an der Konstitution eines spezifischen **historischen Erfahrungsraums**, der sich mit jedem neuen Film – d.h. mit jeder neuen Aneignung filmischer Bilder – umgestaltet. (Film-)Geschichte ist so niemals fixiert, sondern stetig in Bewegung befindlich. Hierbei gilt es zu berücksichtigen, dass filmische Bilder schon lange nicht mehr nur im Kino anzutreffen sind. Gerade im Medienwechsel (in der Aneignung filmischer Bilder durch Fernsehen oder Internet, bzw. vice versa) zeigt sich die Poiesis des Filme-Sehens als Begründung eines audiovisuellen Denkens, welches die jeweils sich verändernden Konstellationen von Filme-Machen und Filme-Sehen (z.B. das Filmeschauen im Kino vs. das Surfen im Internet) zueinander ins Verhältnis setzt.



Gemeinschaftsgefühl

Aus der Perspektive einer solchen Poiesis lässt sich die Geschichte des filmischen Bildes als eine permanente Be- und Umschreibung der zeitlichen und räumlichen Koordinaten unserer alltäglichen Wahrnehmungswelt verstehen. Wir lehnen uns mit dieser These an Rortys Konzept des »poetischen Machens« an. Dessen Kern ist eine stets sich erneuernde Beschreibung der Grenzen der politischen Gemeinschaft, eine stete Refiguration des »Sense of Commonality«. Die Poiesis des Filme-Sehens wäre mit Rorty als ein genuin politischer Handlungsmodus zu begreifen, der sich einfügt in eine »Geschichte des poetischen Machens« politischer Gemeinschaften. In dieser Sichtweise beschreiben filmische Bilder stets eine Welt, die spezifische Weisen des Zusammen-, Anders- oder Getrenntseins bedingt, jeweils eigene Verhältnisse von Ein- und Ausschluss produziert, also auf eine je besondere Weise gemeinschaftlich geteilt wird. Zu einer solchen **Weltbeschreibung** setzt sich nun wiederum ein Zuschauer konsumierend ins Verhältnis.

Die Frage nach der politischen Dimension medialer Strategien der Affizierung wird so analytisch greifbar – nämlich in den jeweils spezifischen Mustern der ästhetischen Modulation eines affektiven Gemeinschaftsbezugs; dieser realisiert sich erst im Akt des Bilderkonsums als »Zuschauergefühl« (Kappelhoff/Bakels). Folglich beschränkt sich das poetische Machen neuer Wahrnehmungsräume aus unserer Sicht keineswegs auf die faktische Produktion von Bildern. Sie lässt sich vielmehr mit De Certeau ebenso für den Konsum solcher medialen Inszenierungen in Anschlag bringen. Damit rückt die »taktische Aneignung« der vorgegebenen affektpoetischen Muster und ihre Umfunktionierung in Ausdrucksformen neuer und potentiell abweichender Gemeinschaftsbildungen in den Blick.



Zusammenfassung

Die Geschichte der filmischen Bilder lässt sich in dem oben skizzierten Wechselspiel von Filme-Sehen, Filme-Machen und allen Varianten des Konsums audiovisueller Bildmedien, deren Kritik und Theorie, als Raum eines fortwährenden **poetischen Machens gemeinschaftlich geteilter Wahrnehmungswelten** konzeptualisieren. Dies wäre der Raum der Geschichte permanenter Refigurationen partikularer ästhetischer Gemeinschaftsbildungen. Er wäre in den Verzweigungen der unterschiedlichsten Genres filmischer Bilder, in deren historischen Bezügen und Interdependenzen mit den Medien und Genres anderer Kunst- und Unterhaltungsformen zu rekonstruieren. Er stellte sich mit jeder sozial und kulturell situierten Aneignung anders dar und wäre in jeder Aneignung neu als Erfahrungsraum zu figurieren. Die Geschichte dieser immer neu ansetzenden Refiguration des Raumes der Poiesis des Filme-Sehens ist der Diskurs des filmischen Denkens. Dieser Diskurs – so das übergreifende Ziel der Kolleg-Forschergruppe – soll als eine **Poetologie**, d.h. als Logik der Hervorbringung immer neuer Raum/Zeit-Schemata gemeinschaftlich geteilter, aber partikularer Wahrnehmungswelten konzeptualisiert und in exemplarischen Studien rekonstruiert werden. ›Poetologie‹ weist also nicht – wie in klassischen Regelpoetiken und Genretheorien – auf Taxonomien und Konventionen, sondern auf die historischen und kulturellen Verzweigungen der Poiesis des Filme-Sehens und damit auf die Geschichte audiovisueller Beschreibungen und Neubeschreibungen einer gemeinsamen Welt in höchst disparaten und heterogenen Medienkonsum- und Geschmacksgemeinschaften.



Jahresthemen

Metapher – Kognition und filmisches Denken

Die Auseinandersetzung mit Theorien zur Metapher und zur Metaphorologie bildet den Auftakt der Arbeit der Kolleg-Forschergruppe Cinepoetics – Poetologien audiovisueller Bilder. Wir knüpfen hier an Forschungsarbeiten an, in denen wir uns mit linguistischen und kognitionstheoretischen Modellen zur Metapher auseinandergesetzt haben. Im Mittelpunkt steht die Frage, in welchem Verhältnis Prozesse der Metaphorisierung zum Denken filmischer Bilder stehen.

Diese zielt nicht darauf ab, linguistische oder kognitionstheoretische Metaphernkonzepte auf die repräsentierten Inhalte audiovisueller Bilder anzuwenden. Es gilt dabei das filmische Bild von sprachgebundenen Formen der Metaphernproduktion zu unterscheiden und vielmehr die den verschiedenen Modellen metaphorischer Bedeutungsgenerierung impliziten theoretischen Annahmen über diskursive Prozesse als einen Ansatz zu konturieren, der uns Einsichten in die Prozesse filmischen Denkens eröffnen kann. Gehen wir doch davon aus, dass sich das filmische Denken gerade nicht von den repräsentierten Inhalten her begreifen lässt, sondern sich diese überhaupt erst in der konkreten Interaktion zwischen filmischen Bildern und Zuschauern konstituieren. Metaphorizität ist in diesem Zusammenhang als Emergenzprozess zu behandeln, in dem die bedeutungsgenerierenden Relationen selbst erst hergestellt werden.

Wenn Metaphern die Erfahrung eines Sachverhaltes durch die Erfahrung eines anderen Sachverhaltes greifbar werden lassen, dann ist Metaphorizität hier als die Dynamik angesprochen, Erfahrungsformen unterschiedlicher Provenienz zueinander in Beziehung zu setzen. Als ein solches Diskursereignis mag die Metapher eine Vorstellung davon vermitteln, wie die Interaktion von filmischem Bild und Zuschauer bzw. mit anderen filmischen Bildern als ein Herstellungsprozess, als eine Poesis des Filme-Sehens zu beschreiben ist. Wir schließen auch hier an den filmtheoretischen Topos vom »Denken des Films« an. Vor allem in den Schriften Sergei Eisensteins ist er mit der Metapher verbunden als ein Denken des Films, das sich in der Modulation von Wahrnehmungsschemata vollzieht und dabei symbolische Formen mit affektiven Dynamiken untrennbar verknüpft.

Affektökonomien audiovisueller Bilder

Wohl kaum ein Bereich ist innerhalb der Filmtheorie in jüngerer Zeit intensiver diskutiert worden als der Zusammenhang von Affekt und filmischem Bild. Die betreffenden Fragestellungen reichen von genretheoretischen Ansätzen über wirkungsästhetische Modelle bis zu neuropsychologischen Forschungen. Mit Blick auf unsere Arbeiten zur Poiesis des Filme-Sehens treten phänomenologische Konzepte in den Vordergrund. Diese ermöglichen es, kognitive Prozesse der Sinnkonstruktion als verkörperte Erfahrungsformen zu beschreiben, in denen die affektiven Relationen zwischen audiovisuellen Bildern und menschlichen Körpern in den Mittelpunkt treten. Filmische Bilder generieren Formen des Denkens, die sich dezidiert in der Verknüpfung von affektiven Dynamiken und kognitiven Operationen vollziehen, dessen Medium die Körper der Zuschauenden sind.

Wir wollen nach den Affektskripten filmischer Darstellungsformen fragen, die sich gerade nicht als Reproduktion vorgängiger affektiver, perzeptiver und kognitiver Schemata der Alltagswahrnehmung fassen lassen, sondern die aus der Interaktion von audiovisuellen Bildern und Taktiken des Medienkonsums hervorgehen. In dieser Perspektive sind Filme als Interventionen in die Dynamik affektiver Verstrebenungen sozial, historisch und kulturell verorteter Gemeinwesen zu fassen.

Historische Erfahrung und filmisches Bild

Worin besteht die Geschichtlichkeit audiovisueller Bilder, wenn wir sie nicht auf der Ebene der Darstellung als Repräsentation mehr oder weniger historisch zu fassender Sachverhalte begreifen? In welchem Sinne lassen sie sich als historische Dokumente ansprechen?

Aus unserer Sicht sind sie zuerst und vor allem Dokumente einer sozial und kulturell situierten Medienpraxis. Gleichviel ob wir diese Medienpraxis als gesellschaftliche Kommunikation oder als Affektökonomie sozialer oder kultureller Gemeinschaften beschreiben.

Wenn wir die scheinbar so zwanglose Selbstverständlichkeit befragen, mit der wir gewohnheitsmäßig audiovisuelle Darstellungen leichthin als Repräsentationen unserer Wirklichkeit nehmen, wird schnell deutlich, dass diese Medienpraxen eines gemeinsam haben: Die Medien audiovisueller Bilder stellen erst die Bezüge her, in denen wir uns eine geteilte Wirklichkeit vorstellen. Das heißt, das audiovisuelle Bilder stets als Sinnkonstruktionen, als filmische Bilder zu rekonstruieren sind, die auf eine Geschichte medialer Operationen zurückweisen, welche Wirklichkeit als eine gemeinschaftlich geteilte Vorstellung erst hervorbringen. Sie sind als Modi und Modulationen von Raum-Zeit-Schemata der Wahrnehmung oder als affektökonomische Perpetuierung und Intervention historisch konkret gegebener gemeinschaftlicher Wirklichkeiten zu untersuchen.

In den filmischen Bildern wird das Wahrnehmen und das Fühlen selbst in seiner Geschichtlichkeit greifbar: als Dokumente einer Geschichte kulturell und geschichtlich höchst wandelbarer Praktiken der medialen Herstellung gemeinschaftlich geteilter Wirklichkeit.

Genretheorie einer Poiesis des Filme-Sehens

In welcher Beziehung steht die Geschichte der Filme zu einer so verstandenen Geschichte des Wahrnehmens und Fühlens? Wie sind die permanenten Veränderungen der medialen Techniken ihrer Produktion und Reproduktion zu verstehen und zu beurteilen? Was geschah mit der Geschichte des Kinos, als sie in Gänze zum ›Content‹ eines auf digitalen Techniken fußenden Bildmanagements wurde?

Solchen Fragen erfordern aus unserer Sicht einen theoretischen Zugang, der nicht einfach den Zeitpfeil der Entwicklungsgeschichte der Künste, der Medientechniken oder der ökonomischen Systeme reproduziert; vielmehr gilt es greifbar werden zu lassen, wie filmische Bilder in ihren historischen und interkulturellen Wechselbezügen einen Erfahrungsraum entstehen lassen, der in seinen Verzweigungen durch keine linearen Entwicklungsgeschichten zu begrenzen ist. Jede kulturell und historisch situierte Medienpraxis ist auf die immer neue Aneignung audiovisueller Bilder als filmische Bilder gerichtet. Im Netz dieser sich unendlich ausweitenden Interaktion entsteht ein Erfahrungsraum vielperspektivischer Heterogenität, von dem aus sich Geschichte selbst als Herstellung einer gemeinschaftlichen Wirklichkeit fassen lässt.

Wir wollen die Geschichte der filmischen Bilder als ein Wechselspiel von Filme-Sehen, Filme-Machen und allen Arten des Gebrauchs audiovisueller Bildmedien beschreiben, das quer zu den Ordnungsregistern historiografischer Zeitverwaltung die Geschichte selbst als einen Erfahrungsraum entstehen lässt. Wir gehen dabei davon aus, dass sich dieses Netz in den Verzweigungen der unterschiedlichsten Genres und Formate als Geschichte des Poiesis des Filme-Sehens fassen lässt. Genretheorie und Gattungspoetiken erscheinen insofern als die heuristisch avisierten Anknüpfungspunkte, in denen – jenseits aller regelpoetischen Schematismen – von jeher DIE GESCHICHTE als eine »Geschichte des poetischen Machens« (Rorty) im weitesten Sinne gedacht worden ist.

Insofern verstehen wir das Konzept der Poiesis des Filme-Sehens als Ausgangspunkt einer grundlegenden Neuperspektivierung gattungspoetischer Theoriebildung, mit dem Ziel die Reichweite und Konsistenz des Begriffs einer »Geschichte des poetischen Machens« zu prüfen: Lässt sich das Feld der gattungstheoretischen Konzepte – inklusive der Genrepoetiken nicht-westlicher Kinematographien – der anderen Künste, der Literatur, des Films und anderer Medien als ein Feld der Aneignungen und Verzweigungen von Modi des poetischen Machens beschreiben?

Kulturelle Identität und Taktiken des Medienkonsums

In Zeiten allgemein verfügbarer Produktionsmittel audiovisueller Medien sind die Beispiele, in denen sich Clips, Videos oder Filme explizit und offensiv als Remake oder Reflexion, Persiflage oder Variation anderer Filme und Videos ausstellen, unüberschaubar geworden. Gerade mit Blick auf die kulturelle Dominanz des Hollywoodkinos sind die eigensinnigen Reminiszenzen, verqueren Verweise und Umdeutungen auf andere, frühere Filme eine weit verbreitete Strategie, um partikulare Communities als ästhetische Gemeinschaften zu markieren und abzugrenzen. Das kann sich auf die Gemeinschaften beziehen, die sich über höchst eigensinnige Geschmacksvorlieben konstituieren – die Fangemeinden des Horrortrash, der billigen TV-show usw. –, das kann aber auch die andere Kultur oder die ethnische Positionierung innerhalb einer hegemonialen Kultur betreffen.

So lässt sich etwa Thomas Arslans Film KARDESLER (GESCHWISTER) von 1997 einerseits als Allegorie deutsch-türkischer Lebensverhältnisse lesen: Deutsche Mutter, türkischer Vater, die Tochter in der Lehre als Näherin, ein Sohn vorm Abitur, ein anderer kurz vorm Absturz. Andererseits fingiert der Film eine Art filmischer Familienaufstellung im Setting berühmter amerikanischer Gangsterfilme. Die Diskrepanz zwischen dem »Taxi-Driver« Hollywoods, den die filmische Inszenierung aufruft, und dem türkischen Vater, der die Familie als Berliner Taxifahrer durchzubringen sucht, setzt eine affektive Spannung in Szene, in die sich die eigenen gegensätzlichen Strebungen der Zuschauer zwischen Aufstiegswunsch, resignativer Anpassung und Rebellion eintragen lassen. Kollektive Zugehörigkeit erscheint in dieser Perspektive als eine Frage der affektiven Selbstverortung in einer hegemonialen Medienkultur.

Der Raum des poetischen Machens partikulärer ästhetischer Gemeinschaftsbildungen stellt sich mit jeder sozial und kulturell situierten Aneignung filmischer Bilder jeweils anders dar. Daher ist nicht allein die Produktion sondern vielmehr das Wechselspiel aus Filme-Machen, Filme-Sehen und anderen Formen des Gebrauchs als ein sozial, historisch oder kulturell situierter Diskurs zu analysieren. Welche kulturellen Identitäten zeitigt die Poiesis des Filme-Sehens in dissidenten Geschmacksgemeinschaften und Subkulturen, und lässt sich dies auch für transkulturelle Untersuchungen fruchtbar machen? Welche Aneignungsprozesse spielen sich etwa zwischen hegemonialen Beschreibungen einer gemeinsamen Welt und minoritären Neubeschreibungen ab? Solche Fragen wollen wir in auch in Auseinandersetzung mit praxeologischer und empirischer Sozialforschung zu klären versuchen.

Sense of Commonality und filmische Wahrnehmung

Die Geschichte filmischer Bilder als Geschichte der Verzweigungen der Erfahrungsmodi poetischen Machens ist, so eine zentrale These, immer auch ein Raum der permanenten Refiguration von Gemeinschaftsbildungen. Eine Refiguration, die sich in den Beschreibungen und Neubeschreibungen der zeitlichen und räumlichen Koordinaten unserer alltäglichen Wahrnehmungswelt vollzieht.

In Auseinandersetzung mit der politischen Theorie und philosophischen Theorien des Politischen ist daher nach dem Verhältnis des Konzepts der Poiesis des Filme-Sehens zum Begriff des Politischen zu fragen. Dabei zielen wir auf Debatten um einen Begriff des Politischen, der – u.a. mit Rancière oder Nancy – auf die ästhetische Konstruktion einer gemeinschaftlich geteilten Welt, auf die »Aufteilung des Sinnlichen« (Rancière) zielt.

Zentraler Anschlusspunkt ist für uns dabei Rortys Konzept des Sense of Commonality, das Macht und Identität, Ein- und Ausschlüsse als sinnlich konkret und immer wieder neu gemachte Verhältnisse und Beschreibungen begreift. Die Poiesis des Filme-Sehens wäre mit Rorty dann als ein genuin politischer Handlungsmodus zu begreifen, der sich einfügt in eine »Geschichte des poetischen Machens« politischer Gemeinschaften. Sie ist als ein Diskurs zu rekonstruieren, der sich realisiert in der Aneignung audiovisueller Bewegungsbilder als Möglichkeiten, sich wahrnehmend, empfindend, denkend und handelnd auf die gemeinsam geteilte Welt zu beziehen. Vor diesem Hintergrund weist jeder Akt des Medienkonsums über sich hinaus auf die Formierung partikularer (oder hegemonialer) Geschmacksgemeinschaften und wird damit als Selbst- und Weltbezug politisch wirksam.

Hermeneutik des poetischen Machens

Die Verbindung aus unseren gattungstheoretischen Fragestellungen und den Fragen der historischen Erfahrungsdimension filmischer Bilder wollen wir zu einem späteren Zeitpunkt noch einmal aufnehmen und auf die Frage nach dem hermeneutischen Begriff des Verstehens zuspitzen:

In welchem Verhältnis stehen die kognitiven Prozesse der Bedeutungsproduktion zu einer Sinnproduktion, in die dezidiert die geschichtlichen und individuellen Erfahrungen der Medienkonsumenten Eingang finden? Was geschieht etwa, wenn ein Arthouse-Film vergangener ›Neuer Wellen‹ oder ein der Community wohlvertrauter Horrorfilm auf den Displays von Laptops zum Gegenstand der Poiesis des Filme-Sehens wird, lang nachdem er auf Festivals oder Programmkinos seine ursprünglich intendierte Auswertung erfahren hat?

Mit der Hermeneutik ließe sich der kulturelle und historische Abstand zwischen den audiovisuellen Bildern und den Prozessen ihrer Aneignung als filmische Bilder in den Blick rücken und das poetische Machen von Wahrnehmungswelten in der Poiesis des Filme-Sehens als ein prekärer und permanenten Wandlungen unterzogener Akt beschreiben. Audiovisuelle Bilder erscheinen so nicht mehr nur als Gegenstände eines expliziten oder impliziten kulturellen und historischen Wissens, sondern sie modellieren in ihrer Aneignung als filmische Bilder selbst noch die Bedingungen des Wahrnehmens, Verstehens, Empfindens und Imaginierens einer gemeinsam geteilten Welt. Die Medien audiovisueller Bewegtbilder verorten sich damit nicht nur in einer Geschichte der Medien und Formate. Vielmehr konstituieren sie je auf spezifische Weisen einen historischen Erfahrungsraum, in dem das Filme-Sehen selbst zu einer Erfahrungsform des Geschichtlichen wird. Die Rekonstruktion dieses Erfahrungsraumes in den Verzweigungen und Differenzierungen der Genres filmischer Bilder soll also darauf befragt werden, inwiefern sie als eine Hermeneutik des poetischen Machens theoretisch auszuformulieren ist.

Medienrezeption als Poiesis des Konsums

Es gibt kaum eine gegenwärtige Theoriebildung, die bei der Analyse audiovisueller Medien noch offen einen Kommunikationsbegriff in Anschlag bringen würde, der dem Sender-Empfänger Modell folgt. In der Praxis methodischer Forschung zu audiovisuellen Bildern – sei es kommunikationswissenschaftliche Inhaltsanalyse, kulturwissenschaftliche Diskursanalyse oder empirische Medienwirkungsforschung – steht jedoch in aller Regel ein Begriff von Rezeption im Hintergrund, der genau dieses Modell voraussetzt: So als sei der Rezipient audiovisueller Bilder als ein konstant und universell fassbarer Akteur zu greifen, der dem Medium gegenübertritt und dessen Repräsentationslogiken und vorgegebene Wahrnehmungsschemata nachvollzieht. Die audiovisuellen Bilder aber interagieren auf eine Weise mit den Wahrnehmungs-, Affekt- und Kognitionsprozessen menschlicher Körper, die sich nicht in der konstanten Akteursposition eines Rezipienten sondern als instabile, heterogene und stets sozial, kulturell und historisch situierte Subjektivierungsakte fassen lässt.

Gerade im Hinblick auf die transversale Beweglichkeit audiovisueller Bilder durch verschiedenste medientechnische Dispositive erscheint ein Verständnis von filmischen Bildern als Produkten einer Poiesis des Filme-Sehens notwendig, die aus Verkettungen von medialen und menschlichen Aktivitäten hervorgehen, ohne auf fixe Akteurspositionen rückführbar zu sein. Welche Taktiken des Konsums lassen sich dann studieren? Wie lässt sich die Poiesis des Filme-Sehens in ihrem Verhältnis zu (medien-)technischen Veränderungen und veränderten Formen des Mediengebrauchs beschreiben? Und inwiefern lassen sich technische Innovationen und Praktiken wiederum als soziale und kulturelle Effekte der Poiesis des Filme-Sehens beschreiben?

Abbildungsverzeichnis

- S. 3: »Residents of Ballıkpınar Village, movie screening, 1930s«: DGPI Archive
- S. 4: »Cannes, France (25-05-2013)«: Wulf Willis
- S. 5: A BOUT DE SOUFFLE (R: Jean-Luc Godard, F 1960)
- S. 6: »Zombie Walk«: M. Gabelmann
- S. 8: DER MANN MIT DER KAMERA (R: Dziga Vertov, UdSSR 1929)
- S. 9a: »Sensory Overload (by Nam Jun Paik), installation at the Milwaukee Art Museum«: Arti Sandhu
- S. 9b: »Maybe I should have waited to tell her I moved some Transformers Animated onto my iPhone until AFTER we got our food«: Christopher/colorblindPI-CASO
- S. 10: »Tatort, Stuttgart, 9.3.2008«: Stefan Baudy
- S. 11: »CA2M 2013 - Exposición ›Rabih Mroué. Image(s), mon amour«: Andrés Arranz



Impressum

Kolleg-Forschergruppe
Cinepoetics - Poetologien audiovisueller Bilder

Grunewaldstr. 35
12165 Berlin

www.cinepoetics.de
Dezember 2015



FILMUNIVERSITÄT
BABELSBERG
KONRAD WOLF

