

2. Aufbau des Bandes

Film – anfangs untrennbar mit Kino, dem dunklen Raum zur Vorführung, verbunden – setzte sich schnell als Massenmedium durch. Das Publikum nahm die neue Form der Unterhaltung gerne an. Mit der historischen Entwicklung von Film und Kino aus der Perspektive des Publikums beschäftigt sich das anschließende 3. Kapitel. Film- und Kinogeschichte lässt sich aus vielen Perspektiven erzählen, und jede der Blickrichtungen würde eigene Bücher füllen. In einer Kinotechnikgeschichte läge der Schwerpunkt auf den technischen Neuerungen, die es seit den ersten Versuchen, aus unbewegten Fotografien bewegte Bilder zu machen, gegeben hat: vom Malteserkreuz, das die Filmwiedergabe verbesserte, über den Tonfilm bis zu den verschiedenen Spezialeffekten und der heutigen 3-D-Technik dank Digitalisierung. Kinogeschichte als Stilgeschichte würde Filme in verschiedene Ausdrucksformen einteilen, zum Beispiel den Expressionismus der 1920er Jahre mit Filmen wie *Das Cabinet des Dr. Caligari* (1920), die Nouvelle Vague in Frankreich, den Autorenfilm in Deutschland oder die Dogma-Bewegung in Dänemark. Kino- und Filmgeschichte lässt sich ebenso gut als nationale Filmgeschichte erzählen. Hier wäre der Blick auf die

Geschichte des Hindifilms, auch Bollywood genannt, oder die nigerianische Filmgeschichte Nollywood genauso möglich wie eine US-amerikanische Filmgeschichte. Man könnte eine Geschichte der Filmstars erzählen, der wichtigsten Regisseure, der 100 wichtigsten Filme und noch viele andere Perspektiven eröffnen.

In diesem Buch liegt der Schwerpunkt jedoch auf der Geschichte des Kinos als Abspielort und Ort der Filmrezeption. Über die Publikumperspektive die Faszination von Film und Kino zu beschreiben, bietet sich besonders dann an, wenn man über die Zukunft des Kinos nachdenken will. Bezieht man das Publikum und die Rezeption ein, beschäftigt man sich immer auch mit der gesellschaftlichen Bedeutung von Film und Kino und sieht den Film nicht als Kunstwerk, sondern als (Massen-)Medium.

Um Filme zu erschaffen, sind viele Menschen notwendig. Wie der kurze historische Abriss zeigen wird, vergingen nur wenige Jahre von der Erfindung der laufenden Bilder bis zur arbeitsteiligen Filmindustrie, wie wir sie heute kennen. Filme werden von einem großen Team mit Produzenten, Regisseuren, Drehbuchschreibern, Kameraleuten und vielen mehr hergestellt, vom Filmverleih verliehen und in Kinos aufgeführt. Aber nur einige, die an der Filmherstellung beteiligt sind, bekommen etwas vom Glanz der Filmindustrie ab. Die Schauspieler und Schauspielerinnen sind es, die für das Publikum über den roten Teppich laufen. Nur wenige Regisseure, manche Komponisten und Produzenten dagegen kennt das Massenpublikum. Dabei erschaffen gerade die Menschen, die hinter der Kamera wirken, erst den Traum und den Glanz.

Im 4. Kapitel über die Filmindustrie wird Film deshalb im Spannungsfeld zwischen Kunst und Wirtschaft beschrieben. Der Film, der auf der einen Seite ein kulturelles Gut und Kunstwerk darstellt, ist auf der anderen Seite Produkt einer Milliardenindustrie. Dargestellt werden die Filmstudios, die

Berufsfelder, die an der Filmproduktion beteiligt sind, der Filmverleih und die Filmfinanzierung.

Film zählt meist nicht zum Kerngebiet der Kommunikationswissenschaft und wurde von ihr oft stiefmütterlich behandelt. Gerade das Spannungsfeld zwischen Kunst- und Wirtschaftsform, in dem sich Film befindet, führte offensichtlich zu dieser Vernachlässigung. Als Kunstform zählten viele Wissenschaftler Film nicht zu den Massenmedien, auch wenn Filme ein Massenpublikum anzogen. Interessanterweise entwickelte sich die (deutsche) universitäre Auseinandersetzung mit Film an theaterwissenschaftlichen Instituten, oft auch in sprachwissenschaftlichen Fachbereichen wie Romanistik oder Anglistik, nicht aber bei den Publizistikwissenschaften, die sich vorrangig mit journalistischen Massenmedien beschäftigten. Film aber war das Massenmedium schlechthin, in seiner Glanzzeit Mitte der 1950er Jahre mit bis zu 800 Millionen Zuschauern jährlich in Deutschland. Oft wird die Zurückhaltung der Kommunikationswissenschaften damit begründet, dass Film im Kino nur fiktionale Geschichten erzähle. Dabei gehörten bis in die 1960er Jahre die Wochenschauen, also journalistische Nachrichten, zum Standardrepertoire eines Kinoprogramms. Gleichwohl machten die Kommunikationswissenschaftler Film und Kino selten zum Gegenstand ihrer akademischen Beschäftigung. Aus der geisteswissenschaftlichen Tradition der Fächer, die sich für Film interessierten, entwickelten sich die Filmanalyse und Filmtheorie. Durch deren literaturwissenschaftliche Grundlagen stand der Film als Werk eines Autors und Künstlers im Zentrum. Das Publikum, die Filmwirkung und Rezeption wurden allenfalls implizit einbezogen. So unterscheidet sich das Instrument der Filmanalyse deutlich von der kommunikationswissenschaftlichen Inhaltsanalyse, die meistens das gesprochene Wort nach Inhalt und Bedeutung untersucht. Bei einer Filmanalyse werden die Bilder, die Geschichte, die Narration und Dramaturgie zusätzlich berücksichtigt. Das 5. Ka-

pitel »Filmtheorie und Filmanalyse« skizziert die Richtungen der Filmtheorie.

Ohne Publikum gibt es keinen Film. Warum aber gehen wir ins Kino, und welche Filme sehen wir uns an? Das 6. Kapitel befasst sich mit dem Forschungsstand zur Kinonutzung, zur Einstellung des Kinopublikums und zu Motiven der Kinonutzung. Es wird ums deutsche Kinopublikum gehen, vor allem darum, wie der demografische Wandel seine Zusammensetzung beeinflusst und wie es seine Filmauswahl trifft. Da es das eine Kinopublikum nicht gibt, sondern viele Kinobesucher viele verschiedene Filme mögen, wird auch auf die Unterschiede zwischen einem Publikum, das sich eher Arthaus-Filme ansieht, und dem Mainstream-Publikum eingegangen. Dieses Kapitel stellt außerdem dar, wie sich das Kinoverhalten im Laufe eines Lebens verändert.

Das Buch endet mit der Frage nach der Zukunft des Kinos: Kapitel 7 fasst die Analysen der verschiedenen Kapitel zusammen und wagt einen Ausblick.

Film und Kino

Die Faszination der laufenden Bilder

Prommer, E.

2016, VI, 94 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-09085-2