

Andreas Kirchhoff: Zwischen geschlossener Gesellschaft und virtueller Öffentlichkeit

Beitrag aus Heft »2000/04: Jugend und Medien«

„Öffentlichkeit“, schreibt Florian Rötzer, „so rudimentär und minoritär sie auch sein mag, basiert auf Aufmerksamkeit, und erst im Licht der öffentlichen Aufmerksamkeit erhalten gesellschaftlich bedeutungsvolle Dinge, Ereignisse oder Menschen ihre Kontur, ja eigentlich ihre Realität“¹. Die Frage, wie es um die öffentliche Aufmerksamkeit für die Jugendfilmarbeit und ihre Produkte, mithin also um deren Realität bestellt ist, versucht dieser Rückblick auf die JuFinale 2000 zu beleuchten. Filmfeste in Zeiten des wwwEin außenstehender Beobachter, am 19. Mai zufällig Zeuge der Aufbauarbeiten zum 6. Bayerischen Jugendfilmfestival in der Kulturfabrik in Roth, hätte das Geschehen vermutlich folgendermaßen beschrieben: „Metallene Boxen unbekannten Inhalts türmen sich an jeder Ecke. Kamera- und Scheinwerferbataillone belagern eine Talkbühne im Foyer und im Kinosaal. Internet-Terminals, Fernsehmonitore und Videobeamer finden noch im entlegensten Winkel des Gebäudes ihren Platz. Kilometerweise Kabel werden in hektischer Betriebsamkeit verlegt. Bei genauerem Hinsehen fallen die blauen Schildchen auf, welche die rastlosen Akteure dieses Treibens an ihre Kleidung geheftet haben; „Team“ ist auf ihnen zu lesen. Auf einem Tisch am Empfang liegen sauber aufgereiht weitere Schilder: grüne mit dem Aufdruck „BesucherIn“ und orange, die den Schriftzug „FilmemacherIn“ tragen. Der rote Teppich, von der Straße ins Foyer führend, verleiht der Szene einen Hauch von einem Festival. Die JuFinale, das Bayerische Jugendfilmfest wurde 1988 als Gemeinschaftsprojekt vom Bayerischen Jugendring und dem JFF erstmalig veranstaltet. Es hat sich als landesweites Filmfest mittlerweile zu einem Höhepunkt der bayerischen Jugendfilmszene entwickelt. 500 eingereichte Produktionen, von denen es 55 Filme in die Endausscheidung nach Roth schafften, sind ein deutliches Indiz dafür, dass das Medium Film auch in Zeiten des www nichts von seiner Anziehungskraft eingebüßt hat. Attrappe oder Attraktion?

Die ersten Gäste, die eintreffen, sind FilmemacherInnen, deren Beiträge am Abend im Eröffnungsblock laufen. Fast alle haben Freunde mitgebracht. Am Empfang erhalten sie ihre orangen Clips. Als der Eröffnungsfilm anläuft, ist die Überzahl der blauen „Team“-Schilder endgültig zugunsten der orangen dahin. Nur Menschen mit grünen Schildern trifft man kaum. Die Prominenz wird bei diesem Filmfest nicht von Fans und Fotografen erwartet. Hans Peter Korff, künstlerischer Pate der Veranstaltung, erscheint dem im Kinosaal versammelten Publikum zunächst rein virtuell, per Live-Schaltung aus dem Talkstudio im Foyer. Später steht er dann aber doch noch für Fragen und Diskussionen zur Verfügung. Überhaupt herrscht zwischen den Filmblöcken ein reges Treiben im Foyer. Man tauscht sich aus über die Frage, ob man das nächste Filmprogramm anschauen oder doch lieber einen der zahlreichen, parallel laufenden Workshops besuchen sollte. Zwanglos formieren sich immer wieder neue Gesprächsrunden; man kennt sich ohnehin schon. Alte Kontakte wollen aufrecht erhalten und neue geknüpft werden. Und dies mit einer durchaus klaren Perspektive: hier werden im positiven Sinne die Seilschaften geknüpft, die später einmal Karrieren befördern sollen. Grüne Schilder entdeckt man noch immer kaum. Doch nicht alle sind auf dem Sprung ins professionelle Filmgeschäft.

Da sind z.B. die kaum 15-jährigen Mitglieder der Filmgruppe, die ein Video über ihre Streetgang gedreht haben. Für eine Weile genießen sie die Aufmerksamkeit, um schließlich doch die Gelegenheit zu nutzen, sich an eines der Internet-Terminals zurückzuziehen und kostengünstig ein paar MP3-Files downzuloaden. Im Talkstudio werden

derweil andere FilmemacherInnen zu den Details ihrer Produktion befragt. Ihre Gesichter erscheinen, geisterhaft vervielfacht, auf den allgegenwärtigen Monitoren. Alle 5 Sekunden werden die Bilder auch ins Netz der Netze hochgeladen – JuFinale worldwide. Die Zahl der Kameras hat sich am zweiten Festivaltag durch die Anwesenheit zweier Fernsehteams und der Pressefotografen noch erhöht. Da filmen dann Kameralleute andere Kameralleute beim Filmen von Kameralenten; Marshall McLuhan lässt grüßen. Es scheint, als wolle die Präsenz der Medien samt ihrer Vertreter das Fehlen eines Publikums kompensieren. Öffentliche Aufmerksamkeit Den jugendlichen FilmemacherInnen die Möglichkeit zu eröffnen, ihre Produkte öffentlich zu präsentieren, das ist neben der Funktion als Kontakt- und Qualifizierungsforum erklärtes Ziel der JuFinale. Von Jugendlichen produzierte Filme, das hat sich auch in diesem Jahr gezeigt, lassen sich kaum auf ein eindeutiges, allen gemeinsames Identifikationsmerkmal verkürzen. Die Vielfalt der Themen und Genres, der Zugangsweisen, Ausdrucks- und Gestaltungsmittel spiegelt die Heterogenität der Szene wieder.

Vom Erstlingswerk auf VHS bis zur nahezu professionellen 35mm-Produktion, vom 5minütigen Animationsfilm bis zum abendfüllenden Spielfilm, vom trashigen Retro-Zombiefilm bis zum einfühlsamen Liebesdrama ist so ziemlich alles vertreten, was das Leben bzw. das Medium hergibt. So lässt sich als gemeinsamer Nenner letztlich nur die Leidenschaft für das Medium anführen, die sich ausdrückt in dem Willen, auch unter widrigsten Umständen die einmal entwickelte Idee, oftmals phantasievoll und unter großem Kraftaufwand, in Bilder und Töne umzusetzen. Und diese Leidenschaft drängt nach Aufmerksamkeit, nach öffentlicher Wahrnehmung und nach Rückmeldung. Die Filme sind eben nicht in erster Linie an ein spezielles sondern an ein möglichst großes Publikum adressiert. In Zeiten, in denen es den Großstadt-Multiplexen nur dank millionenschwerer Werbekampagnen der Filmgesellschaften gelingt, ihre Säle zu füllen, in denen eine ausdifferenzierte Medien-, Freizeit- und Konsumindustrie uns nötigt, unser begrenztes Vermögen an Aufmerksamkeit auf immer zahlreichere Angebote zu verteilen, hat es die mit nur geringen Mitteln und kleiner Lobby ausgestattete und darüber hinaus lokal gebundene Jugendfilmszene naturgemäß schwer, eine breite öffentliche Aufmerksamkeit zu erregen. Filmgruppen sind als Teil der Jugendfilmszene auf sich selbst verwiesen, mithin auf eine Nischenöffentlichkeit, die sich kraft gemeinsamer Interessen und Erfahrungen formiert. Der an eigenen Produktionen geschulte Blick der anderen Jugendlichen befähigt diese zwar zu fundierter Kritik und hilfreicher Anregung, doch der unbefangene, weil nicht involvierte Zuschauer ist hier Mangelware.

Ein Festival kann daher lediglich die Kompromisslösung einer quantitativ immerhin den engeren Freundeskreis übersteigenden und interessierten, aber letztlich auch sehr spezifischen und begrenzten Öffentlichkeit bieten. Zusätzliche Brisanz entsteht, wenn der einzelne Film in der Masse der Beiträge und zusätzlichen Veranstaltungsangeboten unterzugehen droht. So war eine häufig geäußerte Klage, dass aufgrund des straffen Zeitplans die gewünschte Diskussion eines Filmes oftmals unmöglich war. Einen Sinn ergibt der betriebene Medien- und Technik-Kult erst, wenn man den Blick vom einzelnen Film löst und das Festival als Gesamtkunstwerk betrachtet. Ein multimediales Disneyland nach dem Motto „Ist alles so schön bunt hier“ ist allemal eher einen Presse- oder Fernsehbericht wert, als die jährliche Klausurtagung der bayerischen Jungfilmer. Diese auf den ersten Blick banal erscheinende Feststellung sollte in ihrem Gehalt nicht unterschätzt werden. Dazu noch mal Florian Rötzer: „Ein Medium ist jede Art von andauernder oder einmaliger Einrichtung, die die begrenzte Ressource der öffentlichen Aufmerksamkeit zu aktivieren sucht, indem es Dinge, Ereignisse oder Menschen präsentiert, die Aufmerksamkeit auf sich ziehen sollen, was man wiederum benutzen kann, um auf etwas aufmerksam zu machen, was bislang noch nicht beachtet wurde. Medien sind mithin nicht nur Bilder, Zeitungen oder Fernsehprogramme,

sondern auch Einrichtungen wie Galerien oder Museen und Veranstaltungen wie Festivals oder Vortragsrunden.“²

Das Festival als Meta-Medium betreibt also die Förderung des Jugendfilms auf der gesellschaftspolitischen Ebene, indem es ihm als gesellschaftlichem Ereignis zu einem – wenn auch kurzen - Peak im informationalen Grundrauschen und somit zu öffentlicher Aufmerksamkeit verhilft. Und das ist von elementarer Bedeutung, denn „wer oder was nicht beachtet wird oder keine Aufmerksamkeit auf sich zieht, ist als öffentlicher Agent nicht vorhanden“ (Rötzer 1996/2). Was das Spektakel den einzelnen Filmen vor Ort an Aufmerksamkeit stiehlt, fährt es so hintenherum wieder ein, indem es eine Botschaft kreiert, die räumliche Grenzen überwindet und interessen geleitete Aufmerksamkeitsfilter zumindest partiell umgeht. Die Nischenöffentlichkeit wird zur virtuellen Öffentlichkeit und – ja, es gibt ihn noch, den Jugendfilm. Beim nächsten Festival können Sie dann ja mal persönlich vorbeischauen.

Anmerkungen

1 Florian Rötzer (1996/1): Aufmerksamkeit. Der Rohstoff der Informationsgesellschaft (www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/2001/1.html)

2 Florian Rötzer (1996/2): Öffentlichkeit und Aufmerksamkeit (www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/2094/1.html)