

Eine Videogruppe

aus Wortwechsel, Köln 1976

Anton Bubenik/Ludwig Metzger/Gerd Roscher

Für sich betrachtet ist Video vielleicht das attraktivste, avancierteste, flexibelste technische Medium. Aber: Video allein ist eben nur bearbeitetes Material, Technik, Werkzeug. Wichtig wird es durch die Formen und Ziele seines Gebrauchs durch bestimmte Personen in bestimmten Situationen. Dies gilt vor allem für den Einsatz in und in Hinblick auf bestimmte Zustände der Gesellschaft, vor allem natürlich für deren Kommunikations- und Informationsstrukturen.

Der Zustand der großen etablierten Informationssysteme, der sogenannten Massenmedien, ist schlecht. Was sie als Information anbieten, ist aus vielen Gründen und zum großen Teil nur in sehr indirekter Weise wichtig für das Leben derer, die sie benutzen. Von Kommunikation ist in ihnen meist nur die Rede, praktiziert wird sie selten. Das wird sich auch so schnell nicht ändern.

Denjenigen, die bisher nur lesen, zuschauen, zuhören dürfen, müssen die Möglichkeiten eines anderen Mediengebrauchs, die Vermittlung anderer Informationen und die Vorteile wirklicher Kommunikation erst einsichtig werden. Das geschieht am besten durch eigene Praxis, für die eigenen Interessen und Bedürfnisse, die oft erst durch eigene Praxis erkannt werden.

Was hier am Beispiel des Mediums Video exemplarisch dargestellt wird, steht zum großen Teil stellvertretend für alternative Medienarbeit auch mit anderen Medien – z.B. mit Film, Tonband, Diatonschau.

Vorteile der Videotechnik

Allgemein ist Video wichtig durch die *Ökonomie*, die es ermöglicht: *Finanziell* ist es sehr billig, gemessen an den Produktionsmitteln der sogenannten Massenmedien. Schon ab DM 2.300,- kann produziert werden. Hilfsmittel (wie die aufwendige Beleuchtung beim Filmen) sind kaum nötig. Kopien in kleiner Auflage können leicht selbst hergestellt werden. *Zeitlich* erlaubt es sehr schnelle Produktionszeiten. Direkte Überprüfung von Qualität und Inhalt gleich nach der Aufnahme; also kein frustrierendes Warten auf Ergebnisse. Spontanes Arbeiten ist möglich, lange technische Ausbildung nicht nötig.

Personell genügt eine Person, um produzieren zu können.

Video ist *flexibel und variabel*: Es kann überall vorgeführt werden, wo ein Fernsehapparat vorhanden ist. Fertige Produktionen sind mit geringem Auf-

wand in Bild und Ton veränderbar, leicht auf den aktuellsten Stand zu bringen. Video kann als billiges Speichermedium ebenso gebraucht werden wie als Medium objektivierender Beobachtung von Prozessen.

Kritische Medienarbeit hat gleichzeitig viel aufzuholen und viel vorzubereiten. Wo es darum geht, Informationslücken auszufüllen (die von den vorhandenen Medien teilweise systematisch offengelassen werden), ist Videoarbeit vorwiegend *produktorientiert*: Ergänzung oder Kritik vorhandener Informationen, Aufzeigen anderer Aspekte, Darstellen von Ursachen des Verschweigens, Einschätzen von Personen, Ereignissen und Hintergründen.

Fließend ist der Übergang zur *Agitation* im Sinne des Verbindens von Information mit konkreten Handlungsvorschlägen. Träge und domestizierte Bürger wie wir brauchen solche Anstöße.

Produktives *soziales Lernen* (das in den Schulen viel zu kurz kommt) kann durch die Darstellung und Vermittlung gemachter Erfahrungen und der Konsequenzen daraus angestoßen und gefördert werden. Das größere Potential von Video dafür liegt wahrscheinlich in seinem *prozeßorientierten Einsatz*.

Video ist dort ein Mittel der *Motivation und Aktivierung*: Kommunikation über Aktionen und Erfahrungen daraus wird angeregt, gemeinsame Probleme können erkannt und vielleicht sogar gelöst werden. Zumindest können Probleme *anschaulich* dargestellt, in ihren verschiedenen Aspekten entfaltet, in ihren Konkretionen aufgezeigt werden. Gezielt eingesetzt, kann Video dann zum *Druckmittel* gegenüber Personen und Institutionen werden; Machenschaften und Taktiken können offengelegt, Interessen ans Licht gebracht werden.

Video ist ein Mittel zur *Objektivierung* von Prozessen, von denen Personen, Gruppen, Regionen usw. betroffen sein können. Verhalten, Interaktionsstrukturen, Reaktionen, Geschichte können verständlich gemacht werden. In diesem Sinn ist Video ein Katalysator für Prozesse, die Beziehungen herstellen, Gemeinsamkeiten klar und Strukturen einsichtig machen, Entwicklungen verfolgen und Hintergründe aufzeigen – und so die Verhältnisse ändern helfen.

Zu diesem Katalysator wird Video aber erst durch die Menschen, die es einsetzen. Welche Wirkungen sie erzielen, liegt an ihrem persönlichen Einsatz, ihren kritischen Überlegungen, ihren gesellschaftlichen Zielen und an ihrer Fähigkeit, all das anderen zugänglich zu machen.

Videogruppen in der Bundesrepublik

In der Bundesrepublik gibt es derzeit vielleicht 2-3 Dutzend Videogruppen, wovon jedoch nur ein Teil kontinuierlich und fortschreitend produktiv arbeitet. Das hat eine subjektive und eine objektive Seite.

Die *subjektive* hängt eng zusammen mit der Entwicklung der Videoarbeit in Nordamerika (USA, Kanada). Weil man offenbar zu sehr vom extensiven Gebrauch des Fernsehens beeindruckt war, wurde die bloße Attraktivität von Video zu sehr auf erhoffte Wirkungen übertragen. Obwohl bestimmte Erfahrungen vorsichtig machen sollten, ist dieser spontaneistische Einsatz von

Video noch häufig anzutreffen, latent gestützt vielleicht von der Globalität theoretisch-utopischer Entwürfe etwa Brechts und Enzensbergers. Die Entwicklung in der Praxis der Videopioniere in Westeuropa (England, Holland, Frankreich, Italien) verweist auf weniger euphorische Realitäten: Das Medium ist nicht mehr Perspektive, sondern zunehmend Funktion gesellschaftskritischer Zielvorstellungen und Strategien und den bisher damit gemachten konkreten Erfahrungen. Er ist also zu unterscheiden zwischen solchen, die das Medium verklärend in den Vordergrund stellen und jenen, die es entsprechend den Möglichkeiten, den Zielen, den betroffenen Gruppen und der Ökonomie des Einsatzes benutzen.

Die *objektive* Seite zeigt sich in der BRD besonders zugespitzt. Die Erfahrungen aus nordamerikanischen Verhältnissen sind – schon allein aufgrund der gänzlich anderen Medienstruktur – ohnehin nicht übertragbar. Und die immer noch reale Liberalität anderer westeuropäischer Staaten gibt den Videogruppen dort ungleich bessere Arbeitsmöglichkeiten als sie bei uns vorhanden sind. Reicht das Spektrum dort von nicht geringer staatlicher oder privatwirtschaftlicher Unterstützung bis hin zu fast ungehinderten Arbeitsmöglichkeiten, so herrscht bei uns fast das genaue Gegenteil.

Finanziell wird kritische Medienarbeit höchstens in domestizierter Form und mit lächerlichen Beträgen „gefördert“. Die Ausnahmen liegen meist bei kirchlich geförderten Projekten. Zwar werden von staatlichen Institutionen zunehmend technische Ausstattung angeschafft – teilweise in verschwenderischen Dimensionen – sind aber der Öffentlichkeit, interessierten Gruppen und kritischer Medienarbeit so gut wie nie zugänglich. Offene Studios mit brauchbarer Ausstattung, systematisch und sinnvoll in großen Städten und Regionen aufgebaut, sind blanke Utopie. Die wenigen medienkritischen Versuche in den öffentlich-rechtlichen Anstalten gehören weitgehend der Vergangenheit an. Von dieser Seite eine Unterstützung außenstehender Gruppen zu erwarten, wäre vermessen.

Dies gilt mehr noch für staatliche Stellen, die kritische (und dadurch notwendig politische) Medienarbeit durch extensive Auslegung von Gesetzen eher systematisch behindern; eine Situation, die in England, Holland, Frankreich, Italien usw. undenkbar wäre.

Dennoch ist es möglich, fortgeschrittene Videoarbeit in der BRD darstellen zu können. Als Beispiel haben wir Hamburger Videoarbeiter gewählt, weil sie nach unserer Meinung diesen Ansatz am besten verkörpern. Dies gilt für die Breite des Ansatzes, für die Zahl der Mitarbeiter, für die Flexibilität und Stringenz ihrer Organisationsweise.

1973 gründeten Studenten im Fachbereich Visuelle Kommunikation an der Hochschule für Bildende Künste in Hamburg das Medienpädagogik-Zentrum Hamburg e.V. (MPZ). Ziel des MPZ, das sich aus den Beiträgen seiner Mitglieder – Studenten und Lehrer – finanziert, war – neben der Erarbeitung von audiovisuellen Unterrichtsmaterialien für die Schule – von Anfang an vor allem die außerschulische politische Medienarbeit vor Ort; das heißt, man versucht politisch arbeitende Gruppen in Hamburg von der Effektivität oder in manchen Fällen sogar von der Notwendigkeit des Einsatzes von Medien in der politischen Arbeit zu überzeugen.

Immer werden die Medien – vor allem Video – operativ eingesetzt. Denn wichtiger als das fertige Produkt – Fotoreportage, Flugblatt, Broschüre, Videofilm usw. – ist den MPZ-Mitarbeitern der politische Erfahrungs- und Bewußtwerdungsprozeß während der Arbeit am Produkt. Daß politische Medienarbeit des MPZ bisher vor allem Arbeit mit dem Medium Video ist, unterstreicht die hervorragende Bedeutung und spezifische Qualität von Video für eine politische Arbeit. Das MPZ hat Video bislang eingesetzt u.a. bei den Tarifkämpfen im Öffentlichen Dienst in Hamburg 1973/74 und 1974/75 (Videofilm: „Wenn wir nichts unternehmen“), bei einem Schulstreik in Hamburg-Steilshoop, bei Jugendzentrum-Initiativen und Freizeit-Aktionen in den Hamburger Stadtteilen Hamm-Süd, Harburg und Lohbrügge (Videofilm: „Goldene Freizeit“), und – für die Studenten im MPZ selbstverständlich – bei aktuellen Anlässen in ihrer Hochschule in Form von Video-Wochenschauen. Etwa 10 Videofilme sind bisher aus der politischen Medienarbeit des MPZ entstanden. Sie werden vom MPZ an interessierte Gruppen verliehen, allerdings unter der Bedingung, daß der Videofilm nicht bloß vorgeführt, sondern mit den MPZ-Mitarbeitern als den Autoren des Films diskutiert wird. Wichtiger als die MPZ-Produkte – Videofilme, Broschüren, Infos usw. – war in letzter Zeit für die politische Medienarbeit in Hamburg die Gründung weiterer Medienzentren: des Medienzentrums Altona, des Medienzentrums Fuhlsbüttel und des Medienladens.

Bemerkungen zur Konzeption alternativer Medienpraxis

Neben dem allgegenwärtigen kommerziellen Fernsehen haben sich in Nordamerika seit Beginn der siebziger Jahre – gefördert von Japans halb-Zoll Videotechnologie – weit über tausend Gruppen und Zentren in der Arbeit mit den neuen Medien konstituiert. Sie sind durchgängig ausgerichtet auf die staatlich sanktionierten *public access*-Kanäle des weitentwickelten Kabelfernsehens. Hier zeigen sich Restbestände einer demokratischen Tradition der amerikanischen Gesellschaft, wie sie etwa viele *community*-Gruppen darstellen. Beeinflußt von den Theorien McLuhans über die spezifischen Möglichkeiten des Fernsehens als Kommunikationsapparat, scheint es diesen Gruppen möglich, daß direkt Betroffene – in *workshops* ausgebildet – mit Medien ihre Interessen öffentlich zur Sprache bringen und mit Hilfe von alternativer Information die soziale und politische Struktur der Gesellschaft entscheidend verändern können.¹⁾

In Europa haben sich in den Videogruppen solche Erwartungen kaum entwickeln können. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist als Massenkommunikationsmittel kein Apparat zur folgenreichen Kommunikation über gesellschaftsrelevante Fragen. Oft wird deshalb gefordert, „daß der Zuschauer aus der Haltung des Rezipienten, des bloßen Empfängers herausfindet und sich als Sender, als Teilhaber, als Mitspieler, als Mitproduzierender versteht. Dies wäre der Punkt, an dem die noch autoritären Medien in Medien wirklicher Kommunikation überführt werden können.“²⁾

Allerdings ist die Kritik nicht gänzlich ohne Auswirkung auf das bestehende Fernsehen geblieben, denn sie hat zur Errichtung von Sendereihen

wie *Schüler machen Filme, Vor Ort* oder *direkt* geführt. „Die Gruppe muß die Chance haben, aus dem Bereich ihrer eigenen Betroffenheit einen Programmbeitrag zu machen.“³⁾ Oft werden jedoch Artikulationszusammenhänge, die sich für die Betroffenen in gemeinsam geführten und erfahrenen Konflikten ergeben, weitgehend ausgeklammert. „Was praktisch bleibt, sind ein paar Zuschauer vom Dienst, die gewissermaßen den zweiten Medienweg absolviert haben und ihrerseits nichts mehr von der Basis wissen.“⁴⁾

Die Forderung nach Selbsttätigkeit und -artikulation, denen bestehendes Fernsehen so kaum nachkommen kann, entstand in den großen Konflikten Ende der sechsziger Jahre, die in Frankreich in der Mai-Revolution 1968 kulminierten. „La caméra aux ouvriers!“ war 1968 einer der Slogans der Generalstreiks französischer Filmemacher. Enzensbergers Medienoptimismus und seine Einschätzung der Medien als „sozialisierte Produktionsmittel“ sind noch Ausdruck dieser Revolution. „Die Selbsttätigkeit zum Beispiel, die das Videogerät ermöglicht, soll... schon im Keim erstickt werden. Selbstverständlich sind diese Tendenzen strukturwidrig...“⁵⁾ Ähnlich setzt Godard auf die Artikulation von Bedürfnissen, die ihr neues Medium findet. „Für mich sind Fernsehen und das Kino dasselbe, für mich macht das keinen Unterschied. Ich denke, was helfen wird, das ist das ‚Magnetoscope‘ des Amateurs!“⁶⁾

Medien können – wie Beispiele zeigen – den Blockierungszusammenhang gesellschaftlicher Erfahrungen in Konflikten aufbrechen helfen und populäre Bedürfnisse zur Geltung bringen. In Situationen, wie sie in Frankreich bei Lip, in Larzac oder in der Bundesrepublik in Whyll vorlagen, findet tatsächlich eine tendenzielle Aufhebung der Trennung von Rezipient und Produzent statt. Einige der in den letzten Jahren in Hamburg hergestellten Videoproduktionen entstanden in ähnlichen Situationen: im Poststreik 1974, im Kampf gegen den § 218 (Videofilm *Als ob die das beurteilen können*), im Kampf von Bürgerinitiativen gegen die Umweltzerstörung an der Unterelbe. Es sind Videoproduktionen, die nicht selten „aus dem kommen, was sich ereignet...“, deren Sprache, deren Formen aus einer Notwendigkeit kommen, die in der betreffenden Umgebung vorliegt.“⁶⁾

Bei der dabei eingesetzten Methode des „Operativismus“ geht es wesentlich darum, „eine wichtige Sache aufzubauen“ (Tretjakow). Im Vordergrund steht nicht so sehr das Interesse, historische Verhältnisse oder einen Vorgang aus der Realität einfach nur abzubilden, sondern mit künstlerischen und medialen Mitteln die gesellschaftliche Wirklichkeit zu beeinflussen. Tretjakow hat (vom Schriftsteller) gefordert, die „Mission sei es nicht zu berichten, sondern zu kämpfen, nicht den Zuschauer zu spielen, sondern aktiv einzugreifen.“⁷⁾

Nicht zu übersehen ist jedoch, daß die durch visuelle Medien vermittelte „proletarische Öffentlichkeit“ nur punktuell erfaßt werden kann und noch keine scharf umrissene Realität ist. Im ganzen steht „ein emanzipatorischer Gebrauch der elektronischen Medien seitens der unterdrückten Massen vorerst dahin.“⁸⁾ Es sei eine Illusion anzunehmen – so eine Zeitschrift französischer Linksgruppen –, die „Betroffenen“ hätten das Interesse, die technischen und formalen Fertigkeiten und die Mittel, sich der Öffentlich-

keit bekanntzumachen.⁹⁾ Dafür sei, „außer einem bestimmten technischen Standard, eine mächtige Bewegung im sozialen Leben Voraussetzung, die ein Interesse an der freien Erörterung der Lebensfragen mit dem Ziel ihrer Lösung hat und dieses Interesse gegen alle gegensätzlichen Tendenzen verteidigen kann.“¹⁰⁾ Unzureichender technischer Standard und die über den punktuellen Konflikt hinausgehenden gesellschaftlichen Bewegungen lassen die vielfältigen Artikulationen mit den neuen Medien als nicht durchgängig begründet erscheinen und geben dem Medienspezialisten wieder ein größeres Gewicht.

Medienproduktion wird daher oft wieder traditionell abgeleitet. Neben dem „mehr aktionären Typ, der die Unterstützung des Kampfes der Arbeiterschaft dort ansteuert, wo dieser Kampf zwar unsystematisch aber offen geführt wird“, stehe ein zweiter Typ filmischer Arbeit, der sich auf „das Gebiet der Arbeiterbildung“ bezieht.¹¹⁾ Nach diesem Konzept wurden in Hamburg als Ergänzung zu den in Streiks produzierten Videobändern auch Videolehrfilme hergestellt. Auf diese Weise entstanden Video-Beiträge, die ideologische und allgemein politische Probleme darstellten. (Videofilme zum Problem der „Jugendarbeitslosigkeit“, über Portugal usw.)

Sie ordnen sich dem politischen Anspruch von Gruppen oder Parteien zu, ohne dabei auf der Erfahrungsidentität von Produzenten und Rezipienten basieren zu können. Das führt häufig zu einer symbolischen Generalisierung, einer äußerlichen Dramatisierung, die den Eindruck eines „militantisme triste“ vermittelt und die Medienarbeit im Rahmen eines langfristigen Konzepts eher zweifelhaft erscheinen läßt.¹²⁾ Medienarbeit, die nicht an konkreten Konflikten ansetzt, findet unter den gegebenen gesellschaftlichen Bedingungen keine Anknüpfungspunkte für eine aufgesetzte Militanz. Die Rolle des „Geburtshelfers“ für die Artikulation der unmittelbar Betroffenen kann der Medienspezialist oft ebensowenig annehmen wie der „Pionier“, will er nicht zum „Filmbanditen (werden), der im Sturm kommt, kurbelt und verschwindet“ (Tretjakow). Bei der Darstellung längerfristiger Prozesse, wie im Videoprojekt „Goldene Freizeit“ in Hamburg-Lohbrügge¹³⁾ ist es oft notwendig, die Faszination der technischen Medien zur Motivierung mit einzusetzen. Richtig genutzt, könnten Medien in solchen Prozessen klassenbewußtes Handeln organisieren helfen.

Jedoch nur selten gelingt es, die Inhalte des Konflikts, der dargestellt werden soll, und die Produktionsweise des Videoprojekts aufeinander zu beziehen. Um so mehr erfordert „beinahe jede neue Aufgabe neue Methoden. Soll die Wirklichkeit so wiedergegeben werden, daß auf die Wiedergabe ein gesellschaftlicher Eingriff in sie erfolgen kann, so müssen die Methoden schon wegen der ständig sich wandelnden gesellschaftlichen Situationen, in die der Eingriff erfolgen muß, geändert oder ausgewechselt werden.“¹⁴⁾

Medienspezialisten sind deshalb darauf angewiesen, ihr differenziertes Imstrumentarium (in apparativer und formaler Hinsicht) praktisch zu erproben und zur Diskussion zu stellen. Unabhängige Koordinationsstellen, Medienzentren wären in der Lage, hierfür die Bedingungen zu schaffen. Solange die technischen Aufnahme- und Wiedergabeapparaturen nicht „sozialisierte Produktionsmittel“ sind, gehört es auch zur Aufgabe der

Medienzentren, diese Geräte zur freien Verfügung zu stellen. Darüber hinaus müssen die Zentren neben der aktiven, „inneren“ Distribution, die von den Produzenten selbst durchgeführt wird, differenzierte Vertriebsmethoden entwickeln.

Anmerkungen

- 1 *Kas Kalba*: The video implosion, in the electronic Box office. New York 1974, S. 105.
- 2 *K. Schöning*: Neues Hörspiel. Zit. nach DIE ZEIT vom 30.11.1969, S. 10.
- 3 *G. Fumetti*: Direkt. Ein Magazin mit Beiträgen junger Zuschauer. In: Jugend, Film, Fernsehen, 1/75, S. 16.
- 4 *N. Schneider*: Zuschauerbeteiligung. In: Medium 3/74, S. 12.
- 5 *H.M. Enzensberger*: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch 20, S. 169.
- 6 *G.L. Godard*: Die Kunst der Massen ist eine Idee des Kapitalismus. In: Film 4/69, S. 24.
- 7 *W. Benjamin*: Der Autor als Produzent. In: Versuche über Brecht. Frankfurt/Main 1966, S. 98.
- 8 *H. Gersen*: Wider den Medienoptimismus. In: Kunst und Unterricht (Sonderheft: Kunst im Unterricht). 1974, S. 87.
- 9 Pour un front culturel révolutionnaire. In: Cahiers du cinema 248/1973, S. 10.
- 10 *B. Brecht*: Gesammelte Werke. Bd. 15 Frankfurt/Main, S. 272.
- 11 *R. Minow*: Zur Organisation des Films in der oppositionellen und revolutionären Arbeit. In: Film 3/69, S. 45.
- 12 Vgl. dazu *G. Lenne*: La mort du cinema, Paris 1971, S. 95; Hennebelle G.: Problemes et perspectives de la video militante. In: Ecran 41/75, S. 44; G.L. Godard: A.s.O., S. 22 („Die Agitationsfilme aller Länder ähneln sich. Man muß auch davon loskommen.“).
- 13 Dargestellt in: Materialien 3 des Medienpädagogik-Zentrums Hamburg.
- 14 *B. Brecht*: Gesammelte Werke, Bd. 15, Frankfurt/Main 1962, S. 314.