

Verlängert: Cfp: #filmkultur, Montage AV 34/2/2025 (Einreichungsfrist: 15.06.2025)

Filmkultur ist mehr und Anderes als Werk und Kino und zeigt sich auch im produktions- und publikumsseitigen Begleitmaterial, im Merchandising, in Alltagsunterhaltungen, Fandiskursen und natürlich in der Filmberichterstattung. Mit der Digitalisierung, dem Streaming und Sharing auf Videoplattformen dezentriert sich die Rezeption von Filmen und weitet sich aus. Zudem zirkulieren Filme nicht mehr nur als geschlossene Werke, sondern erreichen ihr Publikum im Social Web vor allem in Form unzähliger «Schnipsel». Es ist gängige Praxis, einzelne Bilder oder «Clips» aus Filmen zu entnehmen, zu verarbeiten, zu sampeln und in neue Gebrauchszusammenhänge einzupassen. Dies schließt zum einen an ältere, haptische Fanpraktiken an wie etwa das Scrapbooking oder das Sammeln von Star-Porträts in speziellen Alben oder an den informellen Austausch über Filme in frühen Internet-Foren. Zum anderen erfolgt die publikumsseitige Verwertung von Filmmaterialien nun unter den Anforderungen wie auch Begrenzungen von Messenger-Diensten, Media-Sharing-Plattformen oder Online-Communities. Der populärkulturelle Erfolg digitaler Bewegtbilder misst sich in Likes und Shares und mag rückwirken auf die Reputation der referenzierten Filme.

Bewegtbilder können durch digitale, mobile und adaptive Formate weiterverbreitet und von verschiedensten Akteur:innen in den Dienst genommen werden: ob wechselnde Thumbnails als Marketingmaßnahme auf Netflix, die Verknüpfung von Signal, Telegram und WhatsApp mit der GIF-Datenbank Giphy, Meme-Pages zur allgemeinen Belustigung bis hin zur Gemeinschaftsbildung unter Fans und Connaisseurs auf Facebook und Instagram, Video-Essays und -Tutorials als popularisierte Formen der Filmvermittlung und auch Filmkritik auf YouTube, Vimeo und TikTok, Reenactments von Filmszenen im Zuge der «Memefication», Upscaling oder Nachbildungen von Filmbildern durch KI-Tools, nerdige Best-of-Listen wie auch praktische Tipps von Filmstudierenden. Solch affizierende und aktivierende Formate legitimieren (historische) Filme und das Medium insgesamt gegenüber dem zeitgenössischen Publikum. Auch darüber erweist sich Film als ergiebiger Gegenstand populärkultureller Auseinandersetzung. Spielerische, reflexive Aneignungspraktiken in Form von Memes, Crack Edits, Mashups, Reaction Videos, Fake Trailer, Rants, Tier Lists, Analyse- und Erklärvideos usw. sind aber nicht nur weitverbreitete Praxen aneignender Rezeption, sondern zählen inzwischen selbstverständlich zum Marketing-Kalkül der Filmproduktions- und -distributionsfirmen, die – nicht zum ersten Mal – Fanpraktiken aufgreifen und strategisch wenden. In einer vernetzten Filmkultur geht es immer auch um Deutungshoheiten über Bilder

und ihr Vermächtnis. In welcher Form der Bearbeitung uns (historische) Filme begegnen, bestimmt letztlich, wie wir uns an sie erinnern und an das, was sie uns (über die Vergangenheit) mitteilen.

Die Ausgabe *#filmkultur* von *Montage AV* (Jg. 34, Nr. 2) nimmt in einem breiten Gegenstandsverständnis die Praktiken und Diskurse rund um online zirkulierende Bewegtbilder in den Blick. Wir fragen danach, welche Formen die zeitgenössische Rezeptionskultur auf Social Media-, auf Image- und Video-Sharing-Plattformen annimmt, welche tradierten, vordigitalen Prozesse des Austauschs über Film sie fortsetzt, transformiert oder auch vergisst. Da die genannten Webdienste von privaten User:innen wie von kommerziellen Anbietern und (semi-)professionellen Mittlern genutzt werden, sind Rezipient:innen mit einer Masse an audiovisuellem «Content» konfrontiert, der sich auf unterschiedlichste Weise mit dominanten, aber auch marginalisierten Filmkulturen auseinandersetzt.

Wie verändern die entfesselten Recycling- und Aneignungsmöglichkeiten, aber auch die digitalen Metriken die Diskurse um Film(e) und Filmkultur(en), um Filmgeschichte und filmische Erinnerungskultur? Welchen Einfluss nehmen die Plattformlogiken, die neuen Formate und Praktiken auf unsere Wahrnehmung, unser historisches Verständnis sowie unseren Umgang mit dem Medium? Welche Chancen der kulturellen Filmvermittlung tun sich für Institutionen auf, wie lassen sich die Plattformen zur Filmbildung nutzen? Und wie tauschen sich User:innen über Filme aus, während sie durch die kulturellen und sozialen «Lebensräume» des Internets navigieren?

Wir freuen uns über Einsendungen von Texten auf Deutsch oder Englisch im Umfang von bis zu 35.000 Zeichen, die dem Style Sheet von *Montage AV* entsprechen (https://www.montage-av.de/Stylesheet_AutorInnen_2021_05_12.pdf).

Nachfragen beantworten Britta Hartmann (britta.hartmann@uni-bonn.de) und Jana Zündel (Zuendel@tfm.uni-frankfurt.de). Einsendungen bitte bis zum **15. Juni 2025** an diese Adressen oder an montage@snafu.de.