

## **Jörg Schweinitz: Film und Stereotyp. Eine Herausforderung für das Kino und die Filmtheorie. Zur Geschichte eines Mediendiskurses**

Berlin: Akademie-Verlag 2006, 323 S., ISBN-10 3-05-004282-6, € 49,80

Wie der Zuschauer, so tendiert auch die Filmtheorie dazu, das Besondere und Einmalige am Filmelerlebnis überzubetonen. Wer verlässt schon das Kino, um zu berichten, dass er ähnliche Geschichten, noch dazu vom gleichen Schauspieler verkörpert, mit Musik vom selben Komponisten unterlegt, schon dutzende Male gesehen habe?

Auch in der Wissenschaft werden Filme meistens aufgrund ihres einzigartigen Stils untersucht. Und selbst die Filmgeschichte folgt diesem Paradigma des Neuen, indem sie eben jene Regisseure bevorzugt aufnimmt, die sich vom vermeintlichen Mainstream absetzen. Überall spiegelt sich so das Besondere wider und ein Bild entsteht, als gebe es einen unendlichen Reichtum von Vielfalt im massenkulturellen Raum.

Jörg Schweinitz' Studie *Film und Stereotyp. Eine Herausforderung für das Kino und die Filmtheorie. Zur Geschichte eines Mediendiskurses* liest die Filmgeschichte und Filmtheorie einmal von der anderen Seite her. Sie folgt eben jenen (meistens im Raum des Optisch-Unbewussten) sich sedimentierenden Wiederholungsstrukturen, die die „Produktion am laufenden Band“ (S.101) schon von Beginn an begleiteten. Sie hebt das Schablonenartige, die immer wiederkehrenden und in feinsten Variation sich wiederholenden Stereotypen, das normierte Schauspiel und die Genres als „konventionalisierte Netzwerke von Stereotypen“ (S.89) in den Blick: „Einmal gefundene Lösungen, formale und inhaltliche, werden, zumindest der Struktur nach, gern wiederholt. Sie schlagen sich allmählich in Stereotypen nieder, sobald und solange sie mit Zuschauerdispositionen in Einklang stehen und gut funktionieren. Zahlreiche im populären Film etablierte Stereotype erscheinen mithin als sedimentierte Produktstrukturen, die sich im Wechselspiel mit Dispositionen eines breiten Publikums Zug um Zug ausdifferenziert haben. Mit den Stereotypen entstanden im populären Kino gleichsam *Kristalle der Koordination filmischer Fiktionen mit einem Massenpublikum* - ‚Wirkungsformeln‘ sowohl in ästhetisch-psychologischer als auch in soziologischer Hinsicht.“ (S.100)

Schweinitz' informationsreiche und präzise recherchierte Arbeit untersucht das Stereotyp in weiten Teilen indirekt, als Echo eines Mediendiskurses, der bei der frühen psychologischen und soziologischen Filmtheorie einsetzt und der sich bis in die postmoderne Film- und Medientheorie hinein verfolgen lässt. So zeichnet die Studie die filmischen Stereotypen an verschiedenen Stationen nach, behandelt im ersten Teil die *Theorie des Stereotyps*, widmet sich im zweiten Abschnitt der *Diskursgeschichte* und schließt mit Filmanalysen. Dabei deckt die Studie ein weites und interdisziplinäres Feld filmwissenschaftlicher Forschung

ab, das von soziologisch-psychologischen Ansätzen, über semiotische Modelle bis hin zur jüngsten Filmtheorie führt (Walter Lippmann, Rudolf Arnheim, Ilja Ehrenburg, René Fülöp-Miller, Siegfried Kracauer, Edgar Morin, Susan Sontag, den Filmologen, Christian Metz, Gilles Deleuze). Es differenziert sich so ein Bild eines weithin von der Filmwissenschaft unbeachteten und in Teilen heterogenen Diskursfelds aus, das die stereotypen Momente jeweils unterschiedlich lokalisiert und bewertet. Stereotypen dienen sowohl zur „*Ausbildung von stabilen Strukturen der Imagination*“ (S.53), auf deren Hintergrund sich eine massenkulturelle Unterhaltung erst etablieren lässt, als auch im Sinne einer Produktionsästhetik, bei der Zuschauer wie auch Filmproduzenten „kalkulieren, welche *Sorte* von Produkt sie zu erwarten haben“ (S.101). Stereotypen ermöglichen die Berechenbarkeit massenmedialer Unterhaltung: „Stereotype des populären Kinos funktionieren nach zwei Seiten optimierend, als Mittler zwischen den Bedürfnissen nach rationaler Produktion (Senkung des Produktionsrisikos) einerseits und den Dispositionen der Rezipienten (Senkung des Absatzrisikos) andererseits.“ (S.103) Zu Recht widmet der Autor dem massenkulturellen Aspekt ein Kapitel („*Intellektueller Blick versus massenkulturelles Stereotyp*“) und auch die intellektuelle Kritik wird detailliert im Sinne einer Kulturkritik an der Serialisierung der Imagination nachgezeichnet (Peter Bächlins Begriff der ‚Standardisierung‘, Arnheims ‚Psychologie des Konfektionsfilms‘, Kracauers Begriff der ‚Schematisierung‘ und sein Konzept zur Ausschaltung von Stereotypen, vgl. S.100, 111, 173). Mit den fünfziger Jahren beginnt sich ein Wandel in der Betrachtung abzuzeichnen, der zu einer Neubewertung filmischer Stereotypie führt – sowohl in der Filmtheorie als auch im Film selbst. So sieht Gilbert Cohen-Séat „filmische Stereotype als Quelle besonderer Ausdrucksmöglichkeiten“ (S.197) und knüpft damit an Béla Balázs’ Idee einer mit dem Film sich etablierenden universellen Gebärdensprache an.

Der Autor der Studie behält sich stets einen diplomatischen Ton gegenüber diesen verschiedenen Ansätzen vor und eben jener abwägende Ton gestattet es, einen facettenreichen Einblick in die unterschiedlichen Sichtweisen und Diskurse zu bekommen. Brüche, offene Stellen und, beispielsweise bei der Gestalttheorie, auch die positiven Momente der stereotypenhaften Organisation für die Wahrnehmung, behandelt Schweinitz in seinem lesenswerten Buch. Es erschließt sich so ein Feld, das für das Kino konstitutiv ist. In abschließenden Kapiteln analysiert der Autor beispielhaft, wie sich in den letzten Jahrzehnten eine Performanz der Stereotype (vgl. S.225) auszubilden beginnt (Sergio Leones *Spiel mir das Lied vom Tod*, 1968, und die (Western-)Filme Robert Altmans) und die im postmodernen Kino (Kap. „Das Schauspiel von Jennifer Jason Leigh in *The Hudsucker Proxy*“) mündet. Die moderne Selbstreferentialität führe das „*Stereotyp als Stereotyp*“ (S.235) vor.

Schweinitz’ wichtiger Beitrag liegt darin, diese Diskursvielfalt nachgezeichnet zu haben und sich nicht allein auf eine Seite zu stellen. Die Diskurse werden eher präsentiert und abgewogen und eine Theorie, beispielsweise der filmischen Gen-

res, wird angedeutet. Dennoch wünscht man sich manche in der Studie erwähnten Diskurse stärker *als Theoreme* ausgeführt und bewertet. Gerade das Moment des Romantischen wird mehrfach angeführt, um die stereotypenkritische Haltung zu verstehen („die Sehnsucht nach dem Absoluten, nach einer ‚wahren‘ Wahrnehmung der Außenwelt“, S.143, siehe auch S.159)“. Schimmern Momente des Romantischen aber nicht auch gerade in den Theorien durch, die das Stereotyp *aufwerten*? Ist der von Schweinitz an unerwarteter Stelle (vgl. S.231) erwähnte Caspar David Friedrich'sche *Mönch am Meer* nicht auch ein *Stereotyp*? Wäre es nicht fruchtbar, näher auf den kunsttheoretischen Diskurs einzugehen?

Dass die im Sinne Horkheimer und Adornos geübte Kritik an der Massenkultur und ihrer Normiertheit keine zentrale Stelle einnimmt, ist verständlich, weil diese gut erschlossen ist und zum Allgemeingut medientheoretischer Reflexion gehört, eben anders als die hier neu gelesenen und teilweise vergessenen Theoretiker. Dennoch scheint das Moment des von Walter Benjamin beschriebenen Optisch-Unbewussten auch in Schweinitz' Metaphorik („sedimentieren“) noch präsent und gerade die von jedem Zuschauer unbewusst nachvollzogene Wiederholung (und der Genuss, den dieser dabei verspürt!) scheint ein Moment, das eine ausführlichere Behandlung wert gewesen wäre (man denke an die vielen schönen Beispiele, die leider nur knapp angedeutet werden, beispielsweise Matthias Müllers Film *Home Stories* [1990]).

Wenn auch die Analyse ‚postmoderner‘ Filme die Studie beschließt, so hätte man auch hier einmal der Frage nachgehen können, ob denn nicht schon frühere Autoren bereits ebenso reflexiv mit den Stereotypen umgingen (man denke an Edwin S. Porters *The Great Train Robbery* von 1903). Weiterhin wäre zu fragen, wo Begriffe wie ‚Stereotyp‘ und ‚Klischee‘ synonym zu fassen sind und wo sie unterschiedliche Momente thematisieren. Das Klischee ist wie das Stereotyp ein Schema, jedoch eines *über etwas*, ein ‚Urteil‘ *über jemand anderen*. Klischees vereinfachen nicht immer, sie sind die „Schibboleths der Sprache“, wie Anton C. Zijderveld sich einmal ausgedrückt hat.

Jörg Schweinitz lesenswerte Studie erschließt eine in der Filmwissenschaft oft einseitig negativ bewertete Fundamentalstruktur massenmedialer Wahrnehmung und Inszenierung und hilft so, massenkulturelle Phänomene in ihrer Vielschichtigkeit zu verstehen. Der gut ausgestattete und sorgfältig edierte Band lädt dazu ein, einmal im Kino auf die sich wiederholenden Strukturen zu achten.

Andreas Becker (Frankfurt/Main)