

---

## «Fernseh-Revolution» und Filmerfahrung in der *Revue internationale de filmologie*\*

Philippe Gauthier

Im Kontext einer breiten Bewegung des kritischen Rückblicks auf die Geschichte der Filmtheorie sind in jüngster Zeit mehrere Forschungsgruppen entstanden. Unter der Leitung von Martin Lefebvre von der Universität Concordia (Kanada) beschäftigt sich das Projekt ARTHEMIS (the Advanced Research Team on History and Epistemology of Moving Image Study<sup>1</sup>) hauptsächlich mit der Geschichte der Filmwissenschaft als akademischer Disziplin. Das Netzwerk *The Permanent Seminar on History of Film Theories*<sup>2</sup> wiederum verfolgt das Ziel, im Lichte der verschiedenen Filmtheorien die Umbrüche zu untersuchen, welche die Kultur der bewegten Bilder seit dem Auftritt des neuen Mediums Film vor nun mehr als einem Jahrhundert durchlaufen hat. Bei ihrem letzten Treffen im Rahmen der *16<sup>th</sup> International Film Studies Conference 2009* an der Università degli Studi di Udine wurden die jüngsten Untersuchungen zur Geschichte der Filmtheorie vorgestellt. In vielen dieser Beiträge wurden – durchaus im Geiste einer archäologischen Grabungsarbeit – wichtige Texte wiederentdeckt, die viel zur Bereicherung der Filmwissenschaft beigetragen haben und mit denen sich die Forschung nun erneut auseinandersetzen kann.

Ein solches Text-Ensemble, nämlich die Publikationen aus dem Umkreis des *Institut de filmologie* und seiner Aktivitäten (Artikel, die in der *Revue internationale de filmologie* erschienen sind, Kolloquiumsprotokolle, Bücher usw.), ist in den letzten zehn Jahren Gegenstand gleich meh-

\* Der Autor dankt Francesco Casetti und Vinzenz Hediger für ihre wertvollen Anmerkungen zu diesem Text.

1 <http://www.arthemis-cinema.ca>

2 <http://www.museocinema.it/filmtheories>

rerer Untersuchungen gewesen.<sup>3</sup> Der vorliegende Artikel untersucht, wie die Autoren der Zeitschrift in den 1950er Jahren das Problem der Filmerfahrung thematisieren; er versteht sich als weiterer Beitrag zur wachsenden Forschungsliteratur über diese wichtige, aber zuwenig bekannte Epoche in der Geschichte der Filmtheorie. Von Interesse ist die Debatte über die Filmerfahrung unter den Mitgliedern und Freunden der 1946 gegründeten *Association pour la recherche filmologique* (im Folgenden kurz *Association*) zum einen, weil hier gewissermaßen eine neue historische «Sequenz» der Filmtheorie einsetzt. Die Filmologie ist der erste ernsthafte Versuch eines Zusammenschlusses von verschiedenen europäischen Universitäten im Zeichen der Erforschung des Films. Zum anderen aber fällt die Geschichte der Filmologie-Bewegung mit der Etablierung des Fernsehens zusammen. Tatsächlich scheint das Fernsehen, glaubt man den Autoren der *Revue internationale de filmologie* (im Folgenden kurz *RIF*), die Filmerfahrung des Zuschauers gründlicher verändert zu haben als andere Neuerungen davor wie etwa die Drive-in-Kinos. Mir geht es hier darum, bestimmte Konzepte (wie das «Standortverhalten» [*comportement d'habitat*] (Debesse 1956, 103) oder die «Bild-Sphäre» [*sphère iconique*] (Dieuzeide 1956, 112) herauszuarbeiten, die von den Autoren der *RIF* entwickelt wurden, um diese relativ neue Realität zu erfassen. Wie haben diese Autoren die von ihnen so ausgiebig diskutierten neuen Beziehungen zwischen Film und Zuschauer vermessen,<sup>4</sup> wobei sie als dritten Begriff den «Ort des Konsums» [*espace de consommation*] einführten? Anders gesagt, wie haben sie, mit einem Wort von Henri Dieuzeide, Mitglied der *Association*, «die Karte eines neuen Kino-Publikums erstellt»? Wie die Publikationen der *Association*, das heißt in unserem Fall vor allem ihre Zeitschrift, die von 1947 bis 1961 erschienene *RIF*,<sup>5</sup> zeigen, gibt es eine ganze Reihe von

3 So unter anderen die von Frank Kessler kommentierte deutsche Erstübersetzung von Etienne Souriau einflussreichem Aufsatz «Das filmische Universum und das Vokabular der Filmologie» (Souriau 1997) sowie die beiden von Vinzenz Hediger zusammengestellten Themenschwerpunkte über Filmologie und Psychologie in *Montage AV* 12,1,2003 und 13,1,2004, und zuletzt ein Themenheft der Zeitschrift *Cinéma(s)* 19,2–3,2009, zur Geschichte der Filmologie, herausgegeben von François Albera und Martin Lefebvre.

4 Diese Beziehungen sollten bei zumindest einer Definition der Filmologie sogar im Mittelpunkt stehen: «Die Filmologie besteht in der Untersuchung der physiologischen, psychologischen, soziologischen und pathologischen Reaktionen *des Zuschauers auf den Film*» (Heuyer 1952, 216).

5 Die *RIF* erschien bis Dezember 1961 (die letzte Ausgabe, die Nr. 39, mit Datum Oktober und Dezember 1961). 1962 änderte die *RIF* ihren Namen in *Ikon*, behielt aber im Untertitel den Namen *Revue Internationale de Filmologie* bei. Im selben Jahr verlagerte sich die Operationsbasis von Paris nach Mailand. Näheres dazu siehe Gawrak

Orten, wo man Filme erleben kann. Mein Ziel hier ist demzufolge nicht so sehr, auf die Frage «Was ist das Kino?» zu antworten, sondern auf die Frage: «Wo ist das Kino?» zu dieser Zeit.<sup>6</sup>

### **Die Beziehungen Film-Zuschauer-Ort in der *Revue internationale de filmologie***

Befassen wir uns mit den Quellen zunächst schlicht empirisch. Betrachtet man diesen relativ überschaubaren Textkorpus, das heißt die Ausgaben der *RIF*, lässt sich erstens sagen, dass es für manche Autoren verschiedene Beziehungen zwischen Film und Zuschauer gab, und zweitens, dass diese Autoren erklärtermaßen die Absicht hatten, diese Beziehungen zu *situieren*. Nehmen wir die vielleicht deutlichsten Beispiele, auf die sich diese Behauptung stützt. Im Protokoll der Diskussionsrunde «Integration des Kinos ins gesellschaftliche Leben und die Freizeit» während des 2. Internationalen Filmologie-Kongresses (19. bis 23. Februar 1955) sagte Étienne Souriau, man könne sich nicht damit begnügen, die Wirkungen des Films auf den als isoliert angenommenen Einzelnen zu protokollieren: «Die Wirkungen sind sehr unterschiedlich, je nach Art der Umgebung: bei der Vorführung in einem gewöhnlichen Kino oder in einem Film-Club etc.» (1955, 59). Mit Souriau scheint also das Bewusstsein einzusetzen, dass der Ort des Konsums das Filmerlebnis beeinflusst, freilich noch ohne irgendeine Art der Theoretisierung. Der Autor konstatiert lediglich, dass der kritische Geist eines Zuschauers bei der Vorführung eines Films in einem vollen großen Kinosaal abnimmt, bei einer Vorführung im kleinen Saal eines Film-Clubs hingegen geschärft wird.<sup>7</sup> Diese Ansicht scheint recht weit verbreitet unter den damaligen Beobachtern, die von ihrer intellektuellen Warte aus künstlerische Filme den populäreren vorziehen.

Die von Souriau lediglich konstatierten unterschiedlichen Verhaltensweisen bzw. Filmerlebnisse werden im folgenden Jahr, also 1956, von Maurice Debesse und Henri Dieuzeide in zwei Artikeln theo-

1968 und Lowry 1982, 64–65.

- 6 In einer zweiten Phase dieses Forschungsprojekts werde ich mich mit den anderen Publikationen aus dem Umkreis des *Institut de Filmologie* (von seinen Mitgliedern veröffentlichten Büchern, Kolloquiumsprotokollen usw.) beschäftigen.
- 7 Juliane Rebentisch (2003) stellt eine ähnliche Beziehung her zwischen dem Museum, wo der Betrachter seinen Standort vor dem Werk frei wählen kann, und dem Kino, wo der Zuschauer bei der Vorführung einen unveränderlichen und festgelegten Platz hat. Diese Bewegungsfreiheit ermögliche dem Betrachter eine intellektuell sehr viel reichere Reflexion, als wenn er in einem «normalen» Kino säße. Ich danke Vinzenz Hediger für diesen Hinweis.

retisiert, die im selben Heft erscheinen. Als Maßstab nehmen beide den «üblichen Kinosaal» (ein in der *RIF* häufig verwendeter Ausdruck), doch Debesse beschäftigt sich mit einer bestimmten Altersgruppe, Kindern und Jugendlichen, daher auch mit den von ihnen vornehmlich besuchten Orten, das heißt Klassenzimmer und Film-Clubs, während Dieuzeide detailliert die Rezeption von Filmen im Kreis der Familie, das heißt, vor allem in privaten Wohnzimmern analysiert. Anders gesagt, Debesse untersucht das Filmerlebnis, indem er jeweilige Veränderungen im Verhalten des Publikums beobachtet (der Akzent liegt auf dem Zuschauer), Dieuzeide hingegen beschreibt den Raum, in dem das Filmerlebnis stattfindet (der Akzent liegt auf dem Ort des Konsums).

Debesse (1956) untersucht das, was er als «Standortverhalten im Kino» bezeichnet (das heißt die Beziehungen zwischen Zuschauer, Film und Ort des Konsums), um es von der Reaktion auf den Film (also der reinen Beziehung zwischen Zuschauer und Film) abzugrenzen, und beobachtet einen Unterschied im Verhalten der Kinder und Jugendlichen, je nachdem, ob sie in der Schule, im Film-Club oder in einem üblichen Kino sind. Sein Ansatz, der dem der Sozialpsychologie sehr verwandt ist, basiert auf mehreren Befragungen der Jugendlichen. Die zusammengetragenen Ergebnisse machen deutlich, wie wichtig die Umgebungsfaktoren (Publikumsdichte, Bequemlichkeit usw.) des Ortes sind, an dem der Film angeschaut wird. Es ist nicht erstaunlich, so Debesse, dass Kinder im Kino vor und während der Vorführung eines Films öfter den Platz wechseln, dass die älteren den jüngeren den Film erklären oder manche sich auf ihren Sitz knien und sich zum Publikum umdrehen, weil sich für sie das eigentliche Schauspiel eher im Kinosaal als auf der Leinwand abspielt. In einem Klassenzimmer oder im Film-Club hingegen ist die Situation völlig anders: Die Anwesenheit eines Lehrers oder einer Art «Diskussionsmoderators» hindert die Kinder daran, vor und während der Filmvorführung spontan zu reagieren. Debesse schließt hieraus:

Es ist gefährlich, den Film von seinem Kontext, also von der Umgebung der Vorführung zu isolieren [anders gesagt, nur die Beziehungen zwischen Film und Zuschauer zu untersuchen, PhG]. Das hieße, den Film sozusagen außerhalb seiner ökologischen Nische zu betrachten; und in dieser künstlichen Situation wäre die filmische Tatsache [*fait filmique*\*] nicht mehr

\* [Anm.d.Ü.] Das Begriffspaar *fait filmique* und *fait cinématographique* wurde von Gilbert Cohen-Séat in Anlehnung an den von Marcel Mauss geprägten Term *fait social*

vollkommen zu erfassen. Stellt man diese hingegen wieder in den Zusammenhang der Freizeitgestaltung, hat man die Möglichkeit, sie vollständiger zu begreifen (1956, 109).

Debesse zufolge bilden Film, Zuschauer und Ort des Konsums ein Ganzes, eine Art ausgeglichenes Ökosystem, und die Umweltfaktoren beeinflussen das Filmerlebnis stark. Dank dem Konzept des «Standortverhaltens», mit dem er den Ort des Konsums einbezieht, kann sich Debesse von dem Ansatz freimachen, der sich lediglich auf die Untersuchung der Beziehungen zwischen Zuschauer und Film konzentriert.

In derselben Nummer der *RIF* beschäftigt sich Henri Dieuzeide mit der Ausstrahlung von Filmen im Fernsehen und den daraus resultierenden neuen Beziehungen zwischen Film, Zuschauer und Ort des Konsums. Für diesen Forscher führt das Fernsehen zu einem regelrechten Bruch mit der alten, gewohnten Art des Filmerlebens. Er schreibt:

Die filmwissenschaftliche Forschung war es gewöhnt, bewegte Bilder mit dem Kino zu verknüpfen. Doch das Fernsehen verändert eine Reihe von Grundbedingungen der Filmrezeption radikal, wie etwa die hypnotische Anziehung in der Dunkelheit und die Riten der kollektiven Rezeption [...]. Das Schicksal der außergewöhnlichen Revolution der menschlichen Beziehungen durch das Kino steht auf dem Spiel. Verträgt es das Kino, mit seinen Fabeln, seiner Suche nach Bildern und seinen Symbolen, *in andere Kontexte für andere Augen* verpflanzt zu werden? (1956, 111ff; Herv. PhG)

Für Dieuzeide ist das Fernsehen eine entscheidende Etappe der Eroberung des Alltags durch die bewegten Bilder: «Zu Hause, mitten unter den häuslichen Gegenständen platziert, überrascht das Bild den entspannten, wehrlosen Menschen von jetzt an in seiner Privatsphäre» (1956, 111). Um diese neue Beziehung zwischen Zuschauer, Film und Ort des Konsums zu erfassen, entwickelt der Autor das Konzept des «ikonischen Films» [*film iconique*], das er demjenigen des «leinwandlichen Films» [*film écranique*] gegenüberstellt. «Ikonisch» ist, dem Autor zufolge, was «auf der Bildröhre des Fernsehempfängers Gestalt annimmt, [ob dieses Bild] nun ursprünglich filmisch ist oder nicht» (Dieuzeide 1956, 112), «leinwandlich» hingegen nach einer Etienne

(soziale Tatsache) eingeführt, um terminologisch zwischen Phänomenen unterscheiden zu können, die sich auf den Film als Artefakt beziehen und solchen, die Teil der Institution Kino sind. Vgl. Lowry 1982, 4.

Souriau entliehenen Definition «alle Licht- und Schattenspiele, Anordnungen, Formen und Bewegungen, welche auf der Leinwand während der Projektion beobachtet werden» (Souriau 1997, 157). Eine «ikonische Einrichtung» ist demnach ein Ort, wo man speziell ikonische Filme konsumiert. Werden die dort ausgestrahlten Filme, fragt sich Dieuzeide, unter denselben Bedingungen gezeigt und vom Zuschauer aufgenommen wie der «leinwandliche Film»? Und wenn nicht, wie sehr unterscheiden sich diese Rezeptionssituationen? Daher schlägt der Autor vor, leider ohne es je zu tun (zumindest in der *RIF*), die Reaktionen und Motivationen der Zuschauer von ikonischen Filmen in italienischen und belgischen Cafés und den Télé-Clubs in Frankreich, Italien und Japan zu untersuchen, an Orten also, wo die Rezeptionsbedingungen völlig anders seien als im herkömmlichen Kino. Später analysierte Dieuzeide indessen detailliert die Rezeption ikonischer Filme im häuslichen Kreis und teilt dieses wichtigste Universum des Zuschauers im Feld des Ikonischen schematisch in drei konzentrische Kreise ein (1956, 120). Im Zentrum befindet sich die «ikonische Sphäre», in welcher der Film unter anderen Bildern auftaucht (den Bildern einer Fernsehreportage beispielsweise). Diese Sphäre liegt innerhalb der «vertrauten häuslichen Sphäre», einem implizit präsenten «nicht gesehenen Sichtbaren», das «sich beim geringsten Riss der ikonischen Sphäre wieder vordrängen» kann. Während zumindest in einem normalen Kinosaal *alles* so eingerichtet ist, dass die Aufmerksamkeit des Zuschauers sich einzig auf die Leinwand richtet, auf die der Film projiziert wird – der Raum wird abgedunkelt, der Projektor ist hinter den Zuschauern verborgen usw. –, befindet sich das Bild des ikonischen Films unter anderen Objekten mit unterschiedlichen «Koeffizienten existenzieller Intensität». Dieuzeide beschreibt es so:

Das Bild [des] ikonischen [Films] wird nur durch den polierten getischlernten Rahmen begrenzt, fügt sich also unter die Möbel ein. Der Bereich außerhalb dieses Bildes verschwindet nicht. Die Stimulation durch die Umgebung bleibt. Sie wird noch verstärkt durch das gedämpfte Licht im Raum, das für eine gute Wahrnehmung des Fernsehbildes nötig ist (1956, 19).

Anders gesagt, im Gegensatz zum Leinwandfilm drängt sich der ikonische nicht auf. Das Ganze wird schließlich umgeben von der «Sphäre der Außenwelt». Auch sie macht sich ständig bemerkbar, durch unerwartete Bewegungen oder dissonante Geräusche (etwa das Hupen eines Autos). Kurz, in der Privatwohnung werde die «klassische» Beziehung zwischen Zuschauer und Film durch zahlreiche Elemente ge-

stört, doch vor allem verändere die «affektive Behaglichkeit aufgrund der Sicherheit, Vertrautheit und des Wegfalls aller rituellen Verbote während der Vorführung – insbesondere die Möglichkeit körperlicher und stimmlicher Betätigung» die Haltung des Zuschauers vor dem ikonischen Film *von Grund auf*. Das «Theatralisch-Spektakuläre», in dem Méliès das Wesen des Films sah, so Dieuzeide abschließend, weicht nun einem «Häuslich-Spektakulären» (1956, 119).

### Die «Fernseh-Revolution»

Die oben zitierten Texte stellen natürlich nur einen winzigen Teil der in der *RIF* erschienenen Artikel dar. Aber sie genügen zweifellos, um auf einer soliden empirischen Grundlage die «Karte eines neuen Filmpublikums» zu skizzieren, auf der, um Dieuzeides Analogie fortzuführen, die folgenden Regionen zu finden sind: 1. gewöhnliche Kinos; 2. Film-Clubs; 3. Klassenzimmer; 4. Privatwohnungen; 5. Cafés; und 6. schließlich Tele-Clubs. Diese Karte ist offensichtlich unvollständig, doch das ist, so meine ich, unwichtig, denn ihr Wert liegt eher darin, dass sie das bewusste oder unbewusste Interesse der Mitglieder und Freunde der *Association* belegt, die Theorie aus dem herkömmlichen Kinosaal «herauszuholen». Eine Erklärung für dieses Interesse, so meine Hypothese, ist das relativ neue Fernsehen. Kinematographische Bilder sind zwar schon immer an unterschiedlichen Orten gezeigt worden, doch es scheint, als führe – den *RIF*-Autoren zufolge – das Fernsehen für das Filmerleben zu sehr viel tiefgreifenderen Veränderungen. Das mag man dem folgenden Protokoll der Diskussionsrunde «Probleme des Kinos und des Fernsehens im Vergleich» während des 2. Internationalen Filmologie-Kongresses entnehmen: «Das Fernsehen macht das Kino zu einer neuen Art von Schauspiel, einem Schauspiel zuhause, wobei *der Zuschauer sich in einer ganz neuen Umgebung befindet*» (Gratiot-Alphandery 1955, 67; Herv. PhG).

Gleich mehrere Filmologen halten den Unterschied zwischen der Filmerfahrung in einem üblichen Kino und dem zuhause vor dem Fernseher für so groß, dass man das ganze bis dahin entwickelte Theorie-Instrumentarium erneuern müsste. Henri Dieuzeide hat einige besonders erhellende Sätze geschrieben, die in diese Richtung gehen:

Hier muss man sich fragen: In welchem Maß ist die noch unvollendete filmwissenschaftliche Reflexion über das kinematographische Bild durch das Auftauchen des Fernsehbildes nicht bereits überholt oder widerlegt? [...] Werden das Universum des Films und seine Wirkungen, so wie der

Filmologie sie zu umschreiben versucht hat, durch den Übergang auf die Kathodenröhre nicht radikal verändert? In welchem Ausmaß entstellen Fernsehsender und -bildschirm das kinematografische Werk, wenn sie es aufnehmen und verwandeln? (1956, 111ff)

Auch die neuartige Technologie des vom Fernsehen ausgestrahlten Bildes trägt ihren Teil zu den Veränderungen des Filmerlebnisses bei. Erinnern wir uns, dass das kinematographische Bild in Drive-In-Kinos oder bei Vorführungen in der Art der *Hale's Tours* sichtlich dieselben Eigenschaften hat wie in üblichen Kinos: Das Bild ist das Ergebnis einer Projektion auf eine weiße Leinwand. Das ist beim Fernsehbild nicht der Fall. Dieses neue Bild wird von den meisten Filmologen negativ wahrgenommen. So verlieren für Leboutet «die bewegten Bilder auf dem kleinen Fernsehschirm gegenüber den großen Bildern im Kino, selbst wenn diese von sehr weit weg gesehen werden, an dramatischer Kraft» (1953, 41). Für Oldfield eignet dem Fernsehbild «eine etwas alberne Unwirklichkeit», man habe «eher den Eindruck, ein Gemälde zu betrachten, das sozusagen lebendig geworden ist, denn als Zuschauer an der Szene teilzuhaben» (1948, 276). Das Fernsehbild führe zu einer gewissen «Desakralisierung des Films»,<sup>8</sup> die ihn von seinem Sockel hole. Dadurch verändere sich ganz generell die Wahrnehmung des Films als solchem:

Während das kinematographische Bild sich im Allgemeinen wie ein großes Fenster darbietet, das sich auf eine andere Welt hin öffnet, wird der Fernsehempfänger eher wie ein Haushaltsgerät empfunden, zugleich Möbelstück und Vergrößerungsglas, und dadurch aller zeremoniellen Magie beraubt. Sein Platz zu Hause, der alltägliche Gebrauch, den man davon macht, vermindert den außergewöhnlichen, ja sakralen Charakter, den das Filmbild haben konnte (Dieuzeide 1961, 23).

Aus all diesen Gründen scheint es mir angemessen, im Hinblick auf das Aufkommen des Fernsehens analog zur gegenwärtigen Redeweise von der «digitalen Revolution» von einer «Fernseh-Revolution» zu sprechen. Damit ist nichts Praktisch-Technisches gemeint, wie man etwa von der Fernbedienung oder dem Videorekorder sagen könnte, sie hätten das Fernsehen revolutioniert. Vielmehr verweist dieser Begriff hier auf die Zeit, als sich die Theoretiker des Einflusses des Fern-

<sup>8</sup> Der Ausdruck stammt von Olivier Séguret (2007). Ich danke André Gaudreault für den Hinweis auf diesen Artikel.



sehens auf das Kino bewusst geworden sind. Und natürlich vollzieht sich solche Bewusstwerdung nicht einfach synchron mit dem Auftauchen einer neuen Technologie.

### **Der Einfluss der «Fernseh-Revolution» auf die damalige Filmtheorie**

Die «Fernseh-» und die «digitale Revolution» sind zwar gleichartige Ereignisse, was aber nicht heißt, dass sie gleichwertig sind. Die «digitale Revolution» scheint jedenfalls, auch wenn das erst noch bewiesen werden muss, einen größeren Einfluss auf die Geschichte und Theorie des Kinos zu haben, als das für die «Fernseh-Revolution» der Fall war.<sup>9</sup> Nichtsdestoweniger ist der Einfluss, den das Aufkommen des Fernsehens auf die Theorie des Kinos hatte, alles andere als bedeutungslos. Es hat die Filmologen dazu veranlasst, Begriffe zu entwickeln oder zumindest manche der schon vorhandenen zu präzisieren, um diese neuen Gegebenheiten besser zu erfassen. So können wir zumindest zwei Auswirkungen der «Fernseh-Revolution» auf die Filmtheorie oder, genauer, auf manche Arbeiten im Rahmen des *Institut de Filmologie* skizzieren.

1. *Die Problematisierung der «klassischen Beziehung» zwischen Film, Zuschauer und Ort*: Heute fällt es unstreitig schwer, die der so genannten «digitalen Revolution» geschuldeten Beziehungen zwischen Film, Zuschauer und Ort genau zu definieren. Das Fernsehen scheint die Mitglieder der *Association* vor ein ähnliches Problem gestellt zu haben. Wie Henri Dieuzeide schreibt: «Das Fernsehen macht [das filmische Universum] überall und zu jeder Gelegenheit möglich» (1956, 128; Herv. PhG). Was Dieuzeide hier einigermmaßen zugespitzt beschreibt, hat natürlich auch Auswirkungen auf die Art und Weise, wie die Beziehungen zwischen Film, Zuschauer und Ort theoretisch gefasst werden. Zwar haben die Mitglieder der *Association* einige dieser Beziehungen mehr oder weniger genau definiert, aber es scheint ihnen doch schwer gefallen zu sein, sie in ihrer Gesamtheit zu erfassen. Genauso wie die heutigen Theoretiker sind die Filmologen daher darauf verfallen, die verschiedenen Beziehungen, die sie beobachteten, im Hinblick auf die Unterschiede zur so genannten «klassischen Beziehung» zwischen Film, Zuschauer und Ort

<sup>9</sup> Ein konkretes Beispiel für den Einfluss der «digitalen Revolution» auf die Historiografie des Kinos diskutiere ich in Gauthier (2009).

des Konsums zu definieren (eine Beziehung, deren Definition sich nicht verändert zu haben scheint!). Während man sich heute fragt, ob das Betrachten eines Films auf dem Computer-Bildschirm oder dem Handy auch nur im geringsten der «klassischen Beziehung» zwischen Film, Zuschauer und herkömmlichem Kinosaal ähnelt, fragten sich manche Mitglieder der *Association*, «inwiefern sich der im Fernsehen ausgestrahlte Film in den Komplex der Interaktion zwischen Schauspiel und Zuschauer einfügt, die für die kinematographische Tatsache [*fait cinématographique*] charakteristisch ist» (Dieuzeide 1956, 124).

2. *Probleme der Terminologie und der begrifflichen Schärfe*: Man scheint nicht nur Mühe damit gehabt zu haben, die Gesamtheit dieser Beziehungen zu erfassen, sondern vor allem auch, sie zu benennen. Trotz der häufigen Verwendung der beiden Begriffe Filmschauspiel [*spectacle filmique*] und Kinoschauspiel [*spectacle cinématographique*], um ein «mithilfe von Licht und einer Reihe von Bildern auf Zelloidfilm erzeugtes Schauspiel» (Ingarden 1947, 127) an jeweils einem anderen Ort zu definieren, genügen sie den Autoren der *RIF* offenbar nicht. Natürlich verwendet man sie, aber man spricht auch von «Fernsehschauspiel» [*spectacle télévisuel*], von «Fernseh kino» [*télécinéma*] und «Fernseherfahrung» [*expérience télévisuelle*] (wenn man ausschließlich über den «ikonischen Film» im Sinne Dieuzeides redet), aber auch von der «Kinoschauspielsituation» [*situation spectacle cinématographique*], von «Kinosituation» [*situation cinématographique*], von «Filmerfahrung» [*expérience filmique*] und «Kinophänomen» [*phénomène cinématographique*], um nur die häufigsten Begriffe zu nennen. Manchmal verwendet man in ein und demselben Text sogar mehrere dieser Ausdrücke, ohne irgendeinen Unterschied zu machen. In einem Artikel mit dem Titel «Der Prozess der Identifikation und die Bedeutung der Suggestibilität in der Kinosituation» schreiben Bouman, Heuyer und Lebovici über ein Experiment, das sie im Auditorium einer Klinik durchgeführt hatten: «Wir haben das sehr knappe Protokoll eines Experiments vorgestellt, dessen Ziel es war, die Identifikation in der *Kinosituation* zu untersuchen». Und etwas weiter: «[...] die Identifikation ist für uns der zentrale Aspekt des *Kinoerlebnisses*» (Bouman/Heuyer/Lebovici 1953, 139; Herv. PhG). In der Zusammenfassung ihres Artikels schließlich ist zu lesen: «Die Autoren stellen einen experimentellen Versuch vor, den Prozess der Identifikation im *Kinoschauspiel* zu untersuchen» (ibid., 140; Herv. PhG).

So entsteht ein regelrechter Wildwuchs an Bezeichnungen, und das trotz Étienne Souriaux ständiger Mahnung, dass man sich in der Filmologie auf eine klare und genaue Begrifflichkeit einigen müsse. Die terminologische Vielfalt entspricht einer gewissen Unsicherheit der Filmologen angesichts der durch das Fernsehen entstandenen neuen Gegebenheiten und zeugt wohl von der Schwierigkeit, die neuen Beziehungen zwischen Film, Zuschauer und Ort zu benennen.

Der kritische Rückblick auf die Veröffentlichungen der *Association pour la recherche filmologique*, bzw. in diesem Fall ihre Zeitschrift, die *RIF*, konnte erstens zeigen, dass es für einige Autoren verschiedene Beziehungen zwischen Film und Zuschauer gab, und zweitens, dass diese Autoren erklärtermaßen die Absicht hatten, diese Beziehungen zu *situieren*. Das Auftreten eines neuen Mediums, in diesem Fall des Fernsehens, hat diese Theoretiker dazu veranlasst, neue konzeptuelle Unterscheidungen zu entwickeln (so z. B. durch die Begriffe «Standortverhalten» [Debesse 1956, 103] «ikonische Sphäre» [Dieuzeide 1956, 112]), um die neuen Formen des Filmerlebens oder genauer die neuen Beziehungen zwischen Film, Zuschauer und Ort des Konsums zu erfassen. Das Hauptanliegen hinter diesen neuen Begriffsbildungen war ganz offenbar, sich von dem damals vorherrschenden Ansatz zu befreien, der sich fast ausschließlich auf die Beziehungen zwischen Film und Zuschauer konzentrierte. Die von Debesse zusammengetragenen Ergebnisse unterstreichen, wie wir gesehen haben, die Bedeutung der Umgebungsfaktoren der Orte (Publikumsdichte, Bequemlichkeit etc.), wo der Konsum eines Films stattfindet, während Dieuzeide dank der Schematisierung der Filmrezeption im Kreis der Familie zeigen kann, wie grundverschieden dieses neue Filmerlebnis von dem des Zuschauers in einem üblichen Kino ist.

Es steht außer Frage, dass die Filmtheorie heute von der digitalen Revolution gleichfalls auf verschiedene Weise betroffen ist. Wie Catherine Russell erklärt:

Die neuen Medien dürften die Wahrnehmungs- und Erlebnisweisen, die einst mit dem Kino verbunden waren, drastisch verändert haben. [...] Die neuen Medien haben das Kino nicht als auratischen Gegenstand neu erfunden, sondern als ein komplexes Erlebnis mit vielen Facetten (2004, 84).

Diese Aussage über die neuen digitalen Technologien gilt in gewissem Maß auch für das Fernsehen. Es scheint, dass das Fernsehen das Filmerlebnis des Zuschauers von Grund auf verändert hat. Was ich den «Bruch» oder die «Revolution» des Fernsehens genannt habe, hat sich

auf die damalige Filmtheorie ausgewirkt. Vor allem aber hat dies die Filmologen dazu veranlasst, sich nicht mehr zu fragen: «Was ist das Kino?», sondern «Wo ist das Kino?»<sup>10</sup>

*Aus dem Französischen von Barbara Heber-Schärer.*

## Literatur

- Bouman, J.-C. / Heuyer, G. / Lebovici, S. (1953) Une expérience d'étude de groupes. Le processus de l'identification et l'importance de la suggestibilité dans la situation cinématographique. In: *Revue internationale de Filmologie* 4,13, S. 111–141.
- Debesse, Maurice (1956) L'enfant au cinéma. In: *Revue internationale de Filmologie* 7,26, S. 99–109.
- Dieuzeide, Henri (1956) Quelques problèmes posés par l'utilisation des films à la télévision. In: *Revue internationale de Filmologie* 7,26, S. 111–128.
- (1961) Problèmes perceptifs comparés de l'image filmique et de l'image télévisée. In: *Revue internationale de Filmologie* 11,38, S. 20–23.
- Gauthier, Philippe (2009) The Movie Theater as an Institutional Space and Framework of Signification: Hale's Tours and Film Historiography. In: *Film History: An International Journal* 21,3, S. 326–335.
- Gawrak, Zbigniew (1968) La Filmologie: bilan dès la naissance jusqu'à 1958. In: *Ikon* 18,65–66, S. 111–118.
- Gratiot-Alphandery, H. (1955) Problèmes comparés du cinéma et de la télévision. In: *Revue internationale de Filmologie* 6,20–24, S. 66–69.
- Heuyer, G. (1952) Apport de la psychiatrie à la filmologie (Exposé général. Méthodologie). In: *Revue internationale de Filmologie* 3,11, S. 216–217.

**10** Es ist überraschend, diese Fragestellung bei der Filmologie zu finden. Tatsächlich kritisierten zahlreiche Kommentatoren damals die Weise, wie manche Filmologen die Beziehungen zwischen Kino und Zuschauer untersuchten. Ihre Untersuchungen fanden oft unter kontrollierten Laborbedingungen statt, nicht an den Orten, wo die Filmbilder normalerweise vorgeführt wurden. Manche der Kritiker waren selbst Filmologen, der vielleicht schärfste war Luigi Volpicelli: «Die Untersuchung der Stimulation durch den Film im Labor wird immer abstrakt bleiben, zumindest in dem Maß, wie diese Stimulation von den Werten einer historisch gewachsenen Gesellschaft losgelöst wird, den einzigen, die ihr wirklich Farbe, Qualität und Kraft verleihen können [...]. Man muss die Filmologie von diesem vorherrschenden experimentellen Szientismus befreien» (Volpicelli 1956, 21–26). Die Kritik hielt zumindest bis 1968 an: «[Die Filmologie] wird ihre Richtung ändern müssen, sie darf sich nicht auf das Labor und die psycho-physiologische Forschung beschränken, sondern sollte parallel dazu die Empirie und die theoretische Reflexion weiterentwickeln» (Gawrak 1968, 117).

- Ingarden, Roman (1947) Le temps, l'espace et le sentiment de réalité. In: *Revue internationale de Filmologie* 1,2, S. 127–141.
- Leboutet, L. (1953) Étude comparative de la perception du positif sur papier et de l'image fixe projetée sur écran. In: *Revue internationale de Filmologie* 4,12, S. 39–52.
- Lowry, Edward (1982) *The Filmology Movement and Film Study in France*. Ann Arbor: UMI Research Press.
- Oldfield, R. C. (1948) La perception visuelle des images du cinéma, de la télévision et du radar. In: *Revue internationale de Filmologie* 1,3–4, S. 263–279.
- Rebentisch, Juliane (2003) *Ästhetik der Installation*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Russell, Catherine (2004) New Media and Film History: Walter Benjamin and the Awakening of Cinema. In: *Cinema Journal* 43,3, S. 81–85.
- Séguret, Olivier (2007) Le mot de la fin. In: *Libération*, 11.07.2007.
- Souriau, Étienne (1997) Die Struktur des filmischen Universums und das Vokabular der Filmologie. In: *Montage AV* 6,2, S. 140–157.
- (1955) Compte rendu de M. Étienne Souriau. In: *Revue internationale de Filmologie* 6,20–24, S. 58–61.
- Volpicelli, Luigi (1956) La Filmologie en tant que recherche socio-historique. In: *Revue internationale de Filmologie* 7,25, S. 19–28.