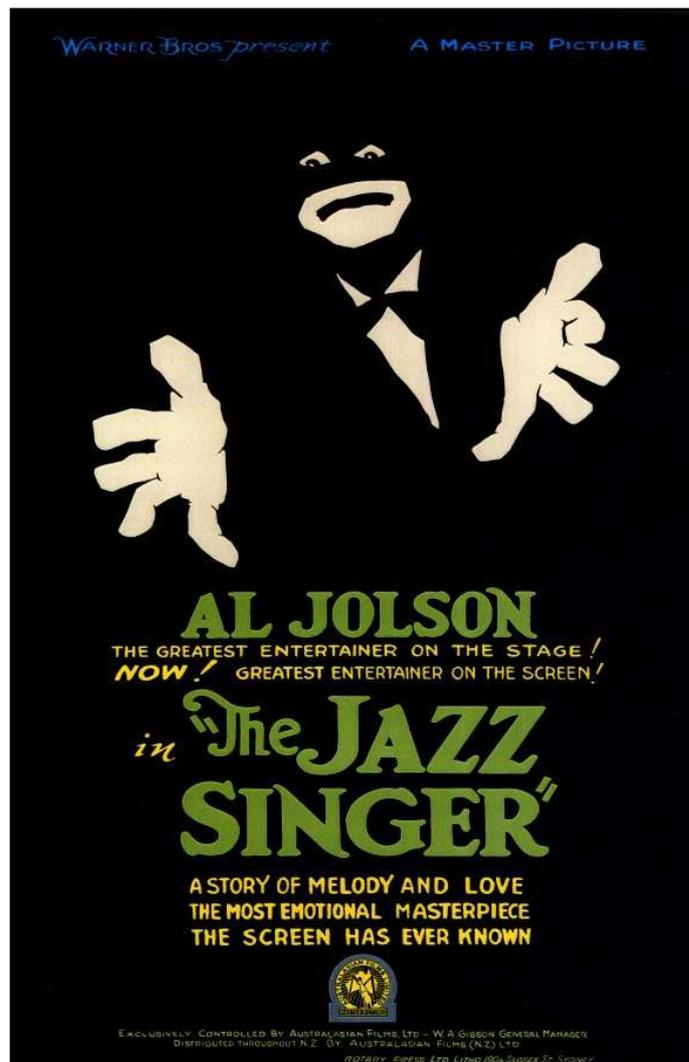


Nico Laninger

Warner Bros.' *The Jazz Singer* (1927) – eine ‚Revolution‘?

Über die Aufdeckung einer filmhistorischen Legende



Inhaltsverzeichnis:

1. Einleitung	3
2. Letzter Ausweg Al Jolson – Die Legende vom Urknall des Tonfilms und der Rettung des Unternehmens Warner Bros. vor dem Ruin	4
3. Donald Craftons soziologische Rezeptionsstudie	9
4. Douglas Gomerys industrieökonomischer Ansatz	15
5. Crafton versus Gomery: Ein vergleichendes Fazit beider Studien.....	20
6. Literaturverzeichnis.....	24
6.1 Forschungsliteratur.....	24
6.2 Internetquellen.....	25

1. Einleitung¹

Der Schritt vom Stumm- zum Tonfilm in den späten 1920er Jahren ist ein entscheidender Abschnitt in der Geschichte des Films, welcher weitreichende Veränderungen hinsichtlich der Produktion, Distribution und Exhibition von Filmen nach sich zog. Dieser Umbruch wird meist mit einem einzigen, vermeintlich ausschlaggebenden Ereignis assoziiert, nämlich der Premiere von Alan Croslands Film *The Jazz Singer* am 6. Oktober 1927 in New York. Der Warner-Bros.-Spielfilm mit dem seinerzeit populärsten Broadway-Star Al Jolson in der Hauptrolle wird landläufig als erster Tonfilm und entscheidender Faktor des raschen Transformationsprozesses verstanden und als solcher vor allem in populärwissenschaftlicher Literatur häufig beschrieben.² Tatsächlich stellt *The Jazz Singer* allerdings eher eine hybride Form aus Stummfilm, Musikszenen und Tonfilmelementen dar und lässt sich daher als sogenannter ‚part-talkie‘ bezeichnen - ein Film also, der nur zum Teil vertont wurde. Produziert wurde er in dem zu dieser Zeit von Warner Bros. verwendeten Vitaphone-System, welches über das Nadeltonverfahren das praktisch von der Erfindung der Filmtechnik an bestehende Problem der Synchronisierung von Bild und Ton zu lösen versuchte.

The Jazz Singer wird in zahlreichen wissenschaftlichen Abhandlungen zum Übergang vom Stumm- zum Tonfilm als derjenige Film beschrieben, welcher dem Tonfilm endgültig und vor allem schlagartig durch seinen enormen wirtschaftlichen Erfolg zum Durchbruch verhalf.³ Darüber hinaus wird dem Film mit seinem Hauptdarsteller Al Jolson fortwährend die Funktion einer „Trumpfkarte, die über Erfolg oder Niederlage der Produzenten entscheiden sollte“⁴, zugeschrieben. Die Kombination einer neuartigen Technik und einer populären Bühnengröße sei demnach ein erfolgreich gewagtes ‚Alles-oder-Nichts-Risiko‘ gewesen, welches die seinerzeit vermeintlich illiquide Produktionsfirma Warner Bros. letztendlich mit knapper Not vor der Geschäftsaufgabe bewahrt haben soll.

Doch obwohl *The Jazz Singer* in nicht unerheblichem Maße dazu beigetragen hat, dass Warner Bros. sein ökonomisches Bestreben weiterhin verfolgen konnte und sich das neue Medium Tonfilm am Markt etablierte, handelt es sich bei diesem Film jedoch weder um den ersten Tonfilm noch um die erste Aufführung von gesprochenen Sätzen im Kino. Ebenso wenig war

¹ Dieser Text ist entstanden als Seminararbeit im Rahmen des Hauptseminars *Medienumbrüche des Kinos* im Fach Medienwissenschaft an der Universität Trier im Wintersemester 2009/10. Für die Durchsicht des Manuskripts danke ich Martin Loiperdinger.

² Vgl. beispielsweise Ferrari, Chiara: *Der Jazzsänger/The Jazz Singer (1927)*. In: Schneider, Steven Jay [Hrsg.]: *1001 Filme – Die besten Filme aller Zeiten*. Zürich 2004, S. 70.

³ Vgl. Kapitel 2. Letzter Ausweg Al Jolson – Die Legende vom Urknall des Tonfilms und der Rettung des Unternehmens Warner Bros. vor dem Ruin.

⁴ Toeplitz, Jerzy: *Geschichte des Films*. Fünfter Teil. 1928 – 1933. München 1977, S. 28.

The Jazz Singer der erste Film im Vitaphone-Verfahren respektive der erste Langspielfilm mit synchronisiertem Ton,⁵ sondern lediglich Warner Bros.' erster Langspielfilm, der mittels des Vitaphone-Verfahrens synchronisierten Dialog beinhaltet. Wie unter anderem Silke Martin richtig feststellt, positioniert sich der Film daher vielmehr als ein „Ereignis unter vielen, als ein Glied innerhalb einer ganzen Reihe technologischer Entwicklungen vom Stumm- zum Tonfilm.“⁶

Die vorliegende Arbeit soll über derartige Missverständnisse hinaus den Mythos um den vermeintlich überwältigenden Erfolg des Films und seine tatsächliche Rolle innerhalb der ökonomischen Aktivitäten der Firma Warner Bros. untersuchen. Zu diesem Zweck sollen nach einer zusammenfassenden Darstellung von Beschreibungen der gebräuchlichen Legenden um den Film die jeweils wesentlichen Aspekte der Forschungsarbeiten von Donald Crafton (*The Talkies*) und Douglas Gomery (*The Coming of Sound*) - zwei hinsichtlich der Bedeutung von *The Jazz Singer* zentrale Studien zur Genese des Tonfilms - erläutert und abschließend diskutiert werden.

2. Letzter Ausweg Al Jolson – Die Legende vom Urknall des Tonfilms und der Rettung des Unternehmens Warner Bros. vor dem Ruin

Aufgrund seiner herausragenden historischen Stellung als vermeintlich entscheidender Wegbereiter für den Tonfilm besitzt *The Jazz Singer* für die Filmwissenschaft von jeher hohe Relevanz. Der Film steht wie kein anderer stellvertretend für die ‚Geburt‘ und die Etablierung des Tonfilms und genießt diesen Status sowohl in der öffentlichen Meinung als auch in akademischen Diskursen. Dementsprechend wurde und wird der Tag seiner Uraufführung als bahnbrechender Urknall einer fortschrittlichen, durch den überwältigenden Erfolg des Films sich rasch entwickelnden neuen filmhistorischen Epoche propagiert. So schreibt Nowell-Smith: „Die Revolution ging von Amerika aus und verbreitete sich unaufhaltsam über die ganze Welt. [...] Der Beginn der Revolution lässt sich auf den 6. Oktober 1927 datieren, nämlich auf die

⁵ Warner Brothers brachte beispielsweise bereits über ein Jahr zuvor mit *Don Juan* einen Langspielfilm im Vitaphone-Verfahren heraus.

⁶ Martin, Silke: Überlegungen zur hybriden Form des vermeintlich ersten Tonfilms *The Jazz Singer* (USA 1927). In: Kieler Beiträge zur Filmmusikforschung 3, 2009. URL: <http://www.filmmusik.uni-kiel.de/kielerbeitraege3/KB3-Martin.pdf> [15.08.2010].

New Yorker Premiere des Warner Bros. Films *The Jazz Singer*, in dem Al Jolson den unsterblichen Satz ‚You ain’t heard nothin’ yet’ mit relativ perfekter Lippenbewegung im Bild und seiner parallel auf Schallplatte aufgenommenen Stimme äußert.“⁷ In ähnlicher Weise äußert sich auch Jerzy Toeplitz bezüglich des Films als Quasi-Paradigmenwechsel innerhalb der Kinogeschichte: „Der Weg war jetzt offen, es entstand eine neu Art des Filmschauspiels, die sich eines riesigen und unerwarteten Erfolges erfreute. Der Tonfilm wurde geboren.“⁸ Und weiter: „*Der Jazzsänger* eroberte schlagartig die Herzen des Publikums und ließ viele gute und bewährte Stummfilme weit hinter sich. Der Reiz des Neuen war überwältigend, und der singende Al Jolson wurde zu einer größeren Attraktion als Harold Lloyd, Buster Keaton und sogar Charlie Chaplin.“⁹ Karel Dibbets bezeichnet *The Jazz Singer* als den „wirkliche[n] Durchbruch“¹⁰ des Tonfilms, während Georges Sadoul in ähnlicher Weise wie Toeplitz gar von einem „Triumph“¹¹ schreibt und die dem Film zugeschriebene revolutionäre Stellung abermals bezeugt: „Am 6. Oktober 1927 hatte mit der Premiere des ‚*Jazz Singer*‘ (Jazzsänger) [...] ein neues Kapitel der Filmgeschichte begonnen.“¹² Ebenso schreibt Harald Jossé: „Diese Entscheidung [Sprachszene zu verwenden] machte Filmgeschichte. Denn als am 6. Oktober 1927 der Film uraufgeführt wurde, hatte er einen noch nie erlebten Publikumserfolg.“¹³ Die Liste vergleichbarer Einschätzungen ließe sich beliebig fortführen.¹⁴

⁷ Nowell-Smith, Geoffrey: II. *Der Tonfilm 1930 - 1960*. Einführung. In: Nowell-Smith, Geoffrey [Hrsg.]: *Geschichte des internationalen Films*. Stuttgart; Weimar 1998, S. 193 – 196, S. 196.

⁸ Toeplitz 1977, S. 28.

⁹ Ebd., S. 29.

¹⁰ Dibbets, Karel: Die Einführung des Tons. In: Nowell-Smith, Geoffrey [Hrsg.]: *Geschichte des internationalen Films*. Stuttgart; Weimar 1998, S. 197 – 203, S. 197.

¹¹ Sadoul, Georges: *Geschichte der Filmkunst*. Wien 1957, S. 224.

¹² Ebd., S. 222.

¹³ Jossé, Harald: *Die Entstehung des Tonfilms*. Freiburg; München 1984, S. 241.

¹⁴ So schreibt z.B. auch Immich von einem „Wendepunkt in der Geschichte des Films“ oder Dibbets an anderer Stelle von „de grote doorbraak“. Immich, Georg: *Vor 80 Jahren: Sensationserfolg des Tonfilms ‚The Jazz Singer‘*. URL: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Vor-80-Jahren-Sensationserfolg-des-Tonfilms-The-Jazz-Singer-182464.html> [02.08.2010] bzw. Dibbets, Karel: *Sprekende films. De komst van de geluidsfilm in Nederland*. Amsterdam 1993, S. 9.

All diese Versuche, den historischen Ablauf der Etablierung des Tonfilms zu erfassen, beschreiben Warner Bros. als diejenige Produktionsfirma, welche sich alleinig dazu bereit erklärte, in Form von vertonten Langspielfilmen - nicht bloß in Kurzprogrammen - mit der von der American Telephone & Telegraph Corporation angebotenen Tontechnik zu experimentieren. Aufgrund eines einzigen, beispiellosen Erfolgsfilms sei so aus einer kleinen, ehemals unbedeutenden Produktionsfirma auf fast magische Weise ein gewinnträchtiger Wirtschaftskoloss geworden. Die größeren Filmkonzerne – Paramount und Loews¹⁵ - gingen



Fotoaufnahme von der Premiere von *The Jazz Singer*

den Bemühungen von Warner Bros. aus dem Weg. Sie traten ihnen zeitweise sogar aktiv entgegen, rüsteten jedoch ebenso aufgrund dieses einen Erfolgsfilms gezwungenermaßen auf Tonfilmproduktion und – vorführungen um. Eine umfassende und sachliche Analyse der Transformation wird so zumeist zu einer David-gegen-Goliath-Erzählung mit den Warner

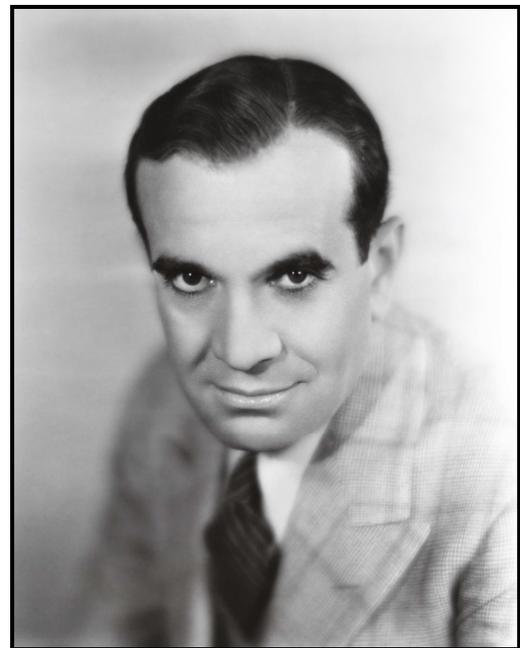
Brüdern als heroischen Pionieren der Filmgeschichte stilisiert; die komplexen Mechanismen des Umgestaltungsprozesses reduzieren sich auf einen einzigen einschneidenden Wendepunkt, welcher von Warner Bros. aus einem bestimmten, im Folgenden näher erläuterten Grund erwirkt worden sein soll. Diese dem Film verliehene epochemachende Qualität fußt insbesondere auf der zeitgenössischen medialen Rezeption von *The Jazz Singer*, welche offenbar ausnahmslos aus überaus positiven, geradezu ekstatischen Kritikerberichten zu bestehen scheint, in denen beständig auf den überwältigenden Kassenerfolg des Films hingewiesen wird. So schreibt Robert F. Sisk in einem Artikel des damals einflussreichen Monatsmagazins *American Mercury*: „At the time it was released, there were but 400 theatres wired with the talking apparatus. It went into everyone of them and broke record after record. In New York, Chicago, Boston, Baltimore, Kansas City, and Los Angeles, it entertained the public for week after week.“¹⁶ Die Kernaussage der frühen Medienrezeption - dass der Film noch nie dagewesene

¹⁵ Loews ist von 1924 bis 1959 der Mutterkonzern von Metro-Goldwyn-Mayer.

¹⁶ Sisk, Robert F.: *The Movies try to talk. American Mercury*, August 1928, S. 492 – 493. Zitiert nach Crafton, Donald: *The Talkies. American Cinema's Transition to Sound, 1926 – 1931*. In: Harpole, Charles [Hrsg.]: *History of the American Cinema*. Bd. 4. New York 1997, S. 518.

Bestleistungen in den Verkaufszahlen erzielte - wird im Verlauf der Zeit durch weitere Artikel zusehends manifestiert, indem bestimmte Statistiken und Schilderungen hinsichtlich seines Erfolges kontinuierlich und in ähnlichem Wortlaut wiederholt auftauchen. Dabei tendierten die Autoren dem Anschein nach dazu, im Versuch, die Bedeutsamkeit des Films zu beziffern, vorher Geschriebenes zu wiederholen. Demgemäß schreibt beispielsweise auch Helena Huntington Smith im Dezember 1928 - vier Monate nach Sisk - in ihrem Artikel *The Movies Speak Out*: „After a few of these feelers they produced their great coup, *The Jazz Singer*, which starred Al Jolson, and which is credited with having been the biggest box office success released in 1927, even though less than four hundred theatres were then wired for sound. It was at that point that the other producers began to scratch their heads and wonder.“¹⁷

Als Nachweis für den Umstand, dass sich gerade Warner Bros. – und nicht etwa die großen Filmkonzerne wie Paramount und Loews – für diesen scheinbar folgenschweren Schritt zum Tonfilm entschied, wird meist eine weitere, mit großer Beharrlichkeit deklamierte Geschichte herangezogen. In dieser wird Warner Bros. stets als eine kurz vor dem Konkurs stehende Produktionsfirma dargestellt, die sich im Angesicht ihrer akuten finanziellen Unpässlichkeiten dazu gezwungen sah, alle noch vorhandenen und zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel für das Projekt *The Jazz Singer* einzusetzen, dessen Erfolg dann über den Fortbestand oder den Niedergang der Firma entscheiden sollte:



Al Jolson

„Obwohl sie zwei Stars unter Kontrakt hatten – den Schauspieler John Barrymore und den Hund Rin-Tin-Tin - , standen die Warner Bros. vor dem Zusammenbruch. [...] Mit ihren letzten Geldmitteln engagierten die Warner Bros. einen berühmten Varieté-Sänger: Al Jolson.“¹⁸ Jolson war dabei allerdings nicht die erste Wahl der Produzenten; als Darsteller der Titelrolle war George Jessel vorgesehen, welcher diese bereits in der Bühnenproduktion des *Jazzsängers* von 1925 verkörperte und diesen Erfolg in der Filmadaption für Warner Bros. wiederholen sollte. Jessel lehnte jedoch ab. Anschließend

¹⁷ Huntington Smith, Helena: *The Movies Speak Out. Outlook and Independent*, 5. Dezember 1928, S.1270. Zitiert nach Crafton 1997, S. 518.

¹⁸ Sadoul 1957, S.224.

wollte man den damals ebenfalls sehr prominenten Sänger und Schauspieler Eddie Cantor für das Projekt gewinnen, welcher das Angebot jedoch ebenfalls ausschlug.¹⁹ Als Gründe für die Absagen beider Favoriten der Produktionsfirma werden einerseits künstlerische Differenzen sowie Vorbehalte und eine allgemein negative Einstellung gegenüber der Produktion von Tonfilmen genannt,²⁰ andererseits seien es jedoch auch insbesondere die verschiedenen Gehaltsvorstellungen von Künstler und Produktionsfirma gewesen, welche eine Zusammenarbeit letztlich verhinderten, da Warner Bros. aufgrund des drohenden Bankrotts die geforderten Gagen schlichtweg nicht bezahlen konnte. Edwin Bradley schreibt hierzu, die finanzielle Situation sei zu diesem Zeitpunkt bereits derart angespannt gewesen, dass Harry Warner, der älteste der Brüder, 4 Millionen US-Dollar seiner persönlichen Gesellschaftsanteile verkauft hatte, um die Produktionsfirma solvent zu halten.²¹ Al Jolson konnte dementsprechend die Hauptrolle nur in Anspruch nehmen, wenn er bereit war, Warner Bros. in der Bezahlung seiner Gage entgegen zu kommen. Er unterzeichnete einen Vertrag über eine Summe von 75.000 US-Dollar, welche in Raten ausgezahlt werden sollte,²² sei jedoch bereit gewesen, der Produktionsfirma durch Stundung der Raten und sogar mit einer finanziellen Eigenbeteiligung an dem Filmprojekt zu helfen.²³ Hierbei handelt es sich nicht um verifizierbare Fakten, sondern mehr oder weniger um Erzählungen, die von den jeweiligen Autoren lediglich aufgegriffen und dabei nur bedingt einer wissenschaftlichen Prüfung unterzogen wurden, um den evozierten Eindruck einer unter enormem Finanzdruck nicht mehr rational agierenden Produktionsfirma zu verstärken. Statt einer einzelnen Maßnahme unter vielen Innovationsstufen innerhalb eines komplexen Umwandlungsprozesses der amerikanischen Filmindustrie wäre *The Jazz Singer* demnach vielmehr das sensationelle Produkt einer panischen und im Ergebnis revolutionären Kampf-oder-Flucht-Entscheidung.

Im Folgenden soll nun die Frage nach dem Zutreffen der hier beschriebenen Legenden anhand der Arbeiten von Crafton und Gomery genauer analysiert sowie die unterschiedlichen Auffassungen und Vorgehensweisen beider Autoren anschließend gegenübergestellt werden.

¹⁹ Vgl. Toeplitz 1977, S. 29.

²⁰ Vgl. ebd.

²¹ Vgl. Bradley, Edwin M.: *The First Hollywood Musicals. A Critical Filmography of 171 Features, 1927 Through 1932*. Jefferson 2004, S. 6.

²² Vgl. Toeplitz 1977, S. 29.

²³ Vgl. Bradley 2004, S. 7.

3. Donald Craftons soziologische Rezeptionsstudie

Donald Craftons Buch *The Talkies* aus dem Jahr 1997 - Band 4 von Scribners' Reihe *History of The American Cinema* unter der Aufsicht von Charles Harpole – wird als wissenschaftliches Standardwerk zum Transformationsprozess vom Stumm- zum Tonfilm verstanden. Crafton kombiniert darin biografische Informationen, Geschäftsstrategien der Studios, kulturelle Auswirkungen sowie die jeweiligen damals gültigen technischen Voraussetzungen und Aspekte beim Übergang zum Tonfilm und unterteilt sein Buch zu diesem Zweck in drei Abschnitte.

Der erste Teil beschreibt vor allem technische Gegebenheiten und Erfindungen sowie auf korporativer Ebene die anfangs skeptische Einstellung und die daraus entwickelten Defensivstrategien der Studio-Geschäftswelt gegenüber der Einführung der neuen Tontechnik in die Filmindustrie. Der Streit um die Filmtontechnologie wird anhand des Kampfes um eine Vormachtstellung zwischen den konkurrierenden Firmen *ERPI*²⁴ und *RCA*²⁵ konkretisiert und ausführlich erläutert. Crafton stützt sich in diesem Abschnitt hauptsächlich auf zeitgenössische Artikel des Gewerbezeitung *Film Daily*.

Der zweite Teil behandelt das Programmangebot der Saisons 1929 bis 1931, während der abschließende dritte Teil sich eingehend mit dem Kinopublikum auseinandersetzt, indem Crafton den Kinobesuch als sozioökonomisch-ästhetisches Moment versteht und auf Grundlage dieses Verständnisses die Wechselwirkungen zwischen dem als aktiv und different definierten Publikum, dem Filmproduktionssystem und der durch externen Druck verursachten Dynamik der Filmrezeption untersucht.

Warners *The Jazz Singer* wird dabei im Kapitel *Buying Broadway: The Jazz Singer's Reception* nochmals gesondert hinsichtlich der ihm zugesprochenen Bedeutung seiner Veröffentlichung und seiner Rezeption analysiert. Dieses Kapitel ist eine Wiederholung und Zusammenfassung von Ergebnissen bezüglich Warner Bros. und *The Jazz Singer* aus vorherigen Abschnitten kombiniert mit der Fragestellung, wann und wie über den Stellenwert des Films in der Presse im Vergleich zu anderen zeitgenössischen Stumm- und Tonfilmen berichtet wurde und wie präzise die Erzählungen über den anfänglichen Erfolg des Films sind beziehungsweise ob sich diese Erzählungen durch entsprechende Umsatzdaten verifizieren lassen.²⁶

²⁴ Electrical Research Products, Inc.

²⁵ Radio Corporation of America.

²⁶ Vgl. Crafton 1997, S. 517.

Vor der eigentlichen Analyse der Einspielergebnisse untersucht Crafton die mediale Rezeption des Films und stellt dabei fest, dass Fachzeitschriften und führende New Yorker Zeitungen dessen Premiere weitestgehend – bis auf den Tod von Sam Warner – ignorierten und erst Monate später mit Beschreibungen des Films als Durchbruch und wirtschaftlicher Wendepunkt für Warner Bros. begannen.²⁷ Crafton zitiert daraufhin einige Artikel aus der zeitgenössischen Fachpresse sowie aus größeren Zeitungen, in welchen wiederholt Berichte und Statistiken über den Erfolg des Films oder über Warner Bros.’ vermeintliche finanzielle Notlage und Al Jolson’s Gehaltsaufschub auftauchen: „There are tales to the effect that during the making of the picture the Warners were so low in funds that Jolson did not draw all of his salary until weeks later. Some say that he even loaned them money to pay the other actors. So interested was he in the production that he was determined that it should be finished if he had to pay for it himself.“²⁸

Anhand dieser Artikel fasst Crafton den Konsens der journalistischen Konstruktion zu einer

einzigartigen Fama zusammen: gesprochener Dialog war ein Novum; die Führungskräfte der Filmindustrie im Publikum waren augenblicklich von der Rentabilität der Tonfilmproduktion überzeugt; *The Jazz Singer* wurde in allen Kinos mit Tonfilmausstattung gespielt; der Film war der überwältigende Erfolg der Kinosaison 1927 und enorm ertragreich für Warner Bros.; Al Jolson riskierte sein eigenes Kapital, indem er den Film mitfinanzierte.²⁹ Abschließend erläutert Crafton die Schwierigkeit, von statistischen Werten – insbesondere Besucherzahlen – auf die zahlreichen und divergenten Beweggründe der Rezipienten für den Kinobesuch schließen zu wollen und spricht sich gegen eine uniforme Vorstellung des Kinopublikums aus.



Warner Bros. bewirbt *The Jazz Singer* als „Supreme Triumph“

Basierend auf den urheberrechtlich geschützten,

wöchentlichen Einnahme-Berichten des Branchenblatts *Variety* für die jeweils vorangegangene Woche analysiert Crafton im folgenden Teil die von *The Jazz Singer* erwirtschafteten Einnahmen und weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass diese Zahlen zwar von einer

²⁷ Vgl. ebd.

²⁸ Beatty, Jerome: *The Sound Investment*. *Saturday Evening Post*, 9. März 1929, S. 129. Zitiert nach: Crafton 1997, S. 518.

²⁹ Vgl. ebd., S. 519.

unvoreingenommenen und relativ objektiven Quelle stammen, jedoch ungeprüfte und gerundete Schätzungen darstellen, die von verschiedenen Faktoren beeinflusst wurden.³⁰ Zunächst untersucht Crafton jedoch die in der Saison 1927 gebräuchlichen Vorführungspraktiken und Konkurrenzangebote der verschiedenen Broadway-Filmhäuser zu *The Jazz Singer* und determiniert dabei diesen Zeitraum als bedeutende Periode hinsichtlich der Reflektion der kulturellen Bedeutung von Jazzmusik in den Kinos:

„The big houses drew customers seeking not only a movie but a complete entertainment experience, including the ambience of the theatre, the social atmosphere, and the live stage presentations. [...] The Roxy had switched to a ‚jazz policy‘ shortly before *THE JAZZ SINGER* opened. Other theatres that had newly adopted such a policy were reporting markedly attendance, presumably by jazz fanatics who came for the live performances.“³¹

Wie an dieser Stelle beschrieben, fiel die Veröffentlichung von *The Jazz Singer* in einen Zeitraum, in welchem Jazz als popkulturelles Phänomen insofern auch den Kinobesuch durchdrang, indem er die Programmpolitik sowie Vorführungspraktiken thematisch mitbestimmte; die Kinobetreiber präsentierten ihr Programm in einem entsprechenden inszenatorischen Rahmen mit Bühnenauftritten von Jazzorchestern. Aufgrund der hohen Popularität von Jazz konnten Häuser wie das Capitol in Kombination mit Low-Budget-Programmen ihre wöchentlichen Bruttoerträge erheblich erhöhen.³² Eine vergleichbare ‚Präsentation‘ gab es im Kino der Warners nicht, da sie durch das Vitaphone-System ersetzt wurde. Im Vergleich zu den Konkurrenzprogrammen kann Warner mit *The Jazz Singer* in dieser Zeit die vermeintlich herausragenden Ergebnisse nicht bestätigen. In einer von Crafton erstellten Rangliste der Bruttoerträge der 14 wichtigsten Broadway-Filmhäuser aus vier repräsentativen Wochen der Kinosaison 1927 können für das Kino der Warners lediglich durchschnittliche Einspielergebnisse auf normalem Niveau nachgewiesen werden. Angepasst auf die verschiedenen Größenverhältnisse der Filmtheater durch die Berechnung der Erträge pro Sitzplatz zeigt die Rangliste bezüglich des Abschneidens von *The Jazz Singer* ein verbessertes, jedoch erneut kein außergewöhnliches Ergebnis: Warner konnte sich offensichtlich gegen einige starke Konkurrenten wie das Roxy-Theater behaupten und diese in

³⁰ Crafton nennt an dieser Stelle beispielsweise Freikarten, die von Produzenten regelmäßig verteilt wurden um die Zuschauerzahlen auszusmücken und die Illusion eines erfolgreichen Films zu erhalten oder aber auch Tickets, welche von Spekulanten aufgekauft wurden und im Falle von ausverkauften Vorstellungen zu einem stark erhöhten Preis wiederverkauft wurden.

³¹ Crafton 1997, S. 521.

³² Nach Einführung einer entsprechenden Programmpolitik stiegen die wöchentlichen Einnahmen des Capitol nach Crafton von kurz vorher ungefähr 60000 US-Dollar auf 95000 US-Dollar.

einigen Fällen sogar zum Teil leicht überbieten, exorbitante Erfolge lassen sich mittels dieses Vergleichs jedoch nicht nachweisen.

Auf derselben Berechnungsgrundlage versucht Crafton nun, das Abschneiden von *The Jazz Singer* im Vergleich zu anderen Tonfilmen der Saison 1927 zu bewerten, nachdem er mit einem kurzen Überblick über verschiedene, schon vor dieser Saison gezeigte Programme mit gleichlaufendem Ton beweist, dass dem New Yorker Publikum bildsynchrone Musik, Toneffekt oder sogar Dialoge zu dem Zeitpunkt der Premiere von *The Jazz Singer* schon lange bekannt waren.³³ Anhand der wöchentlichen *Variety*-Berichte vergleicht Crafton die Erträge pro Sitzplatz der Filme *Don Juan* (Warner), *Sunrise* (Times Square), *The Better 'Ole* (Colony), *The Jazz Singer* (Warner) und *The First Auto* (Colony) zu vier vergleichbaren Zeitpunkten ihrer jeweilig ersten Läufe in New York. Auch in dieser Gegenüberstellung finden sich keine überdurchschnittlichen Ergebnisse für *The Jazz Singer*, *Sunrise* und *The Better 'Ole* starteten leicht besser während *Don Juan* sogar durchweg höhere Erträge erzielte. Ebenso kann die Legende, dass der Tonfilm ein derart sensationelles Novum darstellte, welches ein enormes Interesse an diesen Programmen völlig ungeachtet des Inhalts verursachte, nicht bestätigt werden: Die Erträge der Tonprogramme befanden sich den *Variety*-Berichten zufolge auf vergleichbarem Niveau wie die der meisten Stummfilme, die parallel liefen.

Die Erträge des zwei Wochen vor *The Jazz Singer* gestarteten *Sunrise*, welcher mit einem synchronen Movietone-Soundtrack³⁴ versehen war, sanken nach einem guten Start innerhalb kürzester Zeit so erheblich, dass es nach Petros Harrison für Fox unmöglich gewesen sein konnte, mit diesen Ergebnissen noch Gewinne zu erzielen: „The house seats 1,033. At the \$2 scale, it can gross \$18,000 a week. At the average of between \$4,500 and \$5,000, the picture must have lost a fortune. [...] With normal advertising in the newspapers this house cannot be



Startete bereits ein Jahr vor *The Jazz Singer*:
Warners Vitaphone-Langspielfilm
Don Juan (1926)

³³ Crafton bezieht sich hierbei vor allem auf die ‚sprechenden‘ Kurzprogramme von Fox, die bereits vor dem offiziellen Start der Movietone News sporadisch gezeigt wurden sowie auf die Vitaphone-Programme *Don Juan*, *Willie And Eugene Howard In Between The Acts At The Opera* und *Al Jolson In A Plantation Act*.

³⁴ Allerdings ohne Dialog.

run for less than \$10,000 a week.³⁵ Obgleich der scheinbar nicht vorhandenen Rentabilität wurde der Film in seinem ersten Lauf insgesamt 23 Wochen gezeigt. Crafton vermutet hinter dieser Taktik eine Programmpolitik, welche er ‚Buying Broadway‘ nennt. Dabei handelt es sich um die Strategie, einen Film ungeachtet der realen Bilanzen großzügig als gewaltigen Erfolg zu bewerben und bei nachlassendem Interesse durch spezielle Maßnahmen wie Rabatte oder die Ausgabe von Freikarten trotzdem eine annehmbare Auslastung der Theater zu erreichen, um ihn idealerweise bis zu einem halben Jahr Broadway-Laufzeit zu verschaffen. Diese Laufzeit würde den allgemeinen Eindruck eines überaus beliebten und erfolgreichen und somit durchaus sehenswerten Filmes erwecken, welcher in der Folge außerhalb des Broadways einen enormen



Einer der gefragtesten Entertainer seiner Zeit: Al Jolson, hier in der aus den Minstrel Shows des 19. Jahrhunderts bekannten Blackface-Maskerade

Popularitätsschub erfahren würde. Dieser Effekt wäre dabei so effizient, dass ein Film sogar bei großen Verlusten während seines Broadway-Laufs diese durch den dadurch erzielten Werbeeffect wieder mehr als ausgleichen könnte und in der Gesamtbilanz deutlich höhere Erträge erzielen würde als ohne einen verlustreichen, jedoch werbewirksamen Broadway-Lauf. Größere finanzielle Einbußen während dieser Zeit wären also demgemäß zu einkalkulierten Ausgaben für Werbemaßnahmen zu zählen. Das Wissen um solche und ähnliche praktizierte Methoden offenbart freilich die Gefahr, sich auf einzelne Messgrößen - wie etwa die Laufzeit - zu beziehen, um Erfolg oder Popularität eines Films zu bestimmen.

Bei der Überprüfung der Wirksamkeit der ‚Buying Broadway‘-Methode stellt Crafton fest, dass sich *The Jazz Singer* trotz weiterer Versuche seitens Warner Bros., das Interesse an dem Film durch das Herausögern einer breiteren Veröffentlichung außerhalb New Yorks bis Mitte November 1927 zu steigern,³⁶ hinsichtlich seiner Gesamteinspielergebnisse nicht gegen andere zeitgenössische populäre Filme wie *The Big Parade* oder *Wings* behaupten konnte, sondern im Gegenteil sogar weit hinter diesen lag. Im Vergleich zu anderen Filmen in Kinos außerhalb

³⁵ Harrison, Petros Spallios: *Two-Dollar ‚Hits‘ and ‚Flops‘*, *Harrison Reports*, 9. Juni 1928, S. 91. Zitiert nach: Crafton 1997, S. 526.

³⁶ Demzufolge kann es keinen unmittelbaren Erfolg des Films in den 400 Tonfilmkinos der Legende gegeben haben.

New Yorks war sein Ergebnis hinsichtlich der wöchentlichen Erträge und der Lauflänge auch hier gut, jedoch - wie am Broadway – keineswegs überragend.³⁷

Aufgrund der *Variety*-Daten kommt Crafton also zu der Feststellung, dass es sich bei dem ‚beispiellosen Erfolg‘ von *The Jazz Singer* um eine nachträgliche mediale Konstruktion handeln muss und dass der Film alleine kein wachsendes öffentliches Verlangen nach Tonfilmen ausgelöst haben kann.³⁸

Abschließend zu seiner Untersuchung stellt Crafton verschiedene Überlegungen an, warum sich die *Jazz Singer*-Legende in dieser bestimmten Art und Weise entwickeln konnte. Als wichtigen Grund nennt er dabei die Einfachheits- und Kausalitätsprinzipien des Journalismus, welcher seiner Ansicht nach im Allgemeinen dazu tendiert, komplizierte und diffuse Sachverhalte zu simplifizieren, zu monumentalisieren und logisch zu konzeptualisieren: Die Erzählung eines revolutionären Wendepunktes, welcher ein Datum, ein Studio, ein Genre und einen Star liefert, wäre demnach verständlicher, nachvollziehbarer und verkaufsfördernder als ein langwieriger, komplizierter Prozess. Zu dieser Arbeitsweise gehöre auch das Revidieren bestimmter Fakten sowie das Ausschmücken anderer. Ebenso sei es auch die enorme Popularität Jolsons innerhalb einer vom Starsystem beeinflussten Gesellschaft gewesen, welche in der historischen Reminiszenz eine stark beeinflussende Rolle gespielt habe. Darüber hinaus stellt er die Integrität des zeitgenössischen Journalismus in Frage und kennzeichnet die differierenden Adressatengruppen der jeweiligen Fachblätter sowie den Lobbyismus als weitere Unsicherheitsfaktoren journalistischer Quellen zur kritischen Bewertung von Filmrezeptionsprozessen. Trotzdem spricht er sich an dieser Stelle deutlich für die Verwendung von journalistischen Quellen für historische Studien aus, da diese die für seine Zwecke in vielen Fällen einzige Möglichkeit böten, Primärinformationen zu nutzen. Eine vollständige Erforschung der Rezeptionsgeschichte von *The Jazz Singer*, so wie sie Crafton gerne betrieben hätte, scheitert seiner Ansicht nach nämlich vor allem an der Unmöglichkeit des Beschaffens von ausreichenden und vertrauenswürdigen direkten Belegen – in diesem Falle von tatsächlichen Augenzeugen. Der wahrhaftige Stellenwert des Films in der allgemeinen Rezeption sei daher nur sehr schwer und unter sorgfältiger Unterscheidung zwischen sozialem Kontext und interessengeleitetem Journalismus möglich.³⁹

³⁷ Allerdings berücksichtigt Crafton hierbei keine Ertragsdaten für *The Jazz Singer* nach März 1928.

³⁸ Vgl. Crafton 1997, S. 530.

³⁹ Vgl. Crafton 1997, S. 531.

4. Douglas Gomerys industrieökonomischer Ansatz

Schon zu Beginn von Douglas Gomerys Buch *The Coming of Sound* findet sich ein Satz, der als zentrale These und Grundverständnis seiner Analysen zum Transformationsprozess der Filmproduktion vom Stumm- zum Tonfilm verstanden werden kann: „The U.S. film industry converted to sound primarily for economic considerations.“⁴⁰ Gomery geht in seiner Forschung davon aus, dass künstlerische, soziologische und psychologische Faktoren zu der Entscheidung der Industrie für den Tonfilm zwar beigetragen haben, die Führungskräfte der amerikanischen Filmunternehmen jedoch primär anhand betriebswirtschaftlicher Überlegungen agierten, um die langfristig Gewinne ihrer Firmen langfristig zu maximieren. Anhand dieser These lasse sich das Handeln aller in den Transformationsprozess involvierten Firmen erklären und befreie die Studie darüber hinaus von einer Subjektivierung auf einzelne Akteure, Orte und Vorgänge. Um die Legitimation seiner Studie zu fundieren, gibt Gomery einen kurzen Überblick über frühere Studien zur Einführung des Tonfilms – darunter unter anderem Harry M. Gedulds *The Birth of the Talkies*, James Lastras *Sound Technology and the American Cinema* als auch Donald Craftons *The Talkies* – und weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass diese Periode noch keine Erforschung unter streng industriellen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten erfahren habe. Bisherige Schwerpunkte seien in anderen Bereichen - vor allem in der Erläuterung der technischen Innovationsschritte und der öffentlichen Rezeption - gesetzt worden, die naheliegende Fragestellung eines insbesondere auf industriellem Gebiet stattfindenden Wandels wurde dabei seiner Ansicht nach jedoch übergangen: „How did this industry change as a new technology was innovated?“⁴¹

Dieser Forschungsansatz bestimmt die Auswahl der verwendeten Quellen: Hierbei bezieht sich Gomery vor allem auf zeitgenössische journalistische Organe, welche nicht unmittelbar auf die Filmbranche selbst zielten, sondern welche potentielle Investoren über die Entwicklung einzelner Firmen an der Wall Street informierten, wie etwa die Magazine *Barron's*, *Business Week* und *Fortune* oder die Tageszeitungen *New York Times* und *Wall Street Journal*. Darüber hinaus werden aber auch Ausgaben der Branchenblätter *Variety* und *Moving Picture World* zwischen 1905 und 1941 sowie die Jahresabschlussberichte von Publikationen wie *Film Daily*, *The Motion Picture Almanac* und *Moody's Manual of Industrials* analysiert. Ferner verwendet Gomery verschiedene Primärquellen wie die bilanziellen und juristischen Aufzeichnungen der *United Artists Corporation*, diverse öffentliche Dokumente über behördliche Untersuchungen

⁴⁰ Gomery, Douglas: *The Coming of Sound: A History*. New York; Oxon 2005, S. 11.

⁴¹ Gomery 2005, S. 15.

einzelner Firmen⁴² sowie die Gerichtsprotokolle der zahlreichen Prozesse, welche die in den Innovationsprozess involvierten Unternehmen gegeneinander führten.

Auf der Grundlage dieser Daten verfolgt Gomery einen industrieökonomischen Ansatz, welchen er für seine Studie unter den Gesichtspunkten einer historischen Analyse adaptiert und auf drei grundlegende Prinzipien stützt:

- „1. The Hollywood studio system is best understood as a part of mass media industries along with popular music, radio, and in the 1920s, vaudeville. These competed for the customer's dollar and all were dominated by profit-maximizing corporations. Profit = revenues – costs. Profit maximizing means trying to make this difference as large as possible, in other words, the monies that the owners get to keep.
2. The studio system, like the rest of corporate America, was not controlled by financial institutions, but operated as powerful corporate institutions. That is, the focus of this study is corporate change.
3. The primary locus of action was not Hollywood, but New York City where the headquarters of these corporations lay. Executives in New York made all the final decisions, and contrary to the auteur theory, finally approved all script decisions, all selection of footage to use, all final cuts, and all decisions of how to release the films.“⁴³

Unter diesen Voraussetzungen setzt Gomery in seiner Studie den Übergang vom Stumm- zum Tonfilm in den Rahmen eines rational ausgearbeiteten und systematisch realisierten industriellen Wandels und versucht anhand der einzelnen Innovationsstufen den gesamten Transformationsprozess zu analysieren; hierfür gibt er einen Überblick über den Entwicklungsstatus und die wirtschaftlichen Vorbedingungen der amerikanischen Unterhaltungsindustrie der 1920er Jahre sowie über die technologische Entwicklung der notwendigen Erfindungen (mitsamt den frühen Fehlern im Umgang mit diesen Entwicklungen), analysiert die Rolle und das Verhalten der wichtigsten Innovatoren und deren Konkurrenz hinsichtlich Einführung und Präsentation der neuen Technik und untersucht die

⁴² Zu nennen wäre an dieser Stelle die Untersuchungen der Federal Communication Commission gegenüber AT&T hinsichtlich derer Aktivitäten in der Filmindustrie.

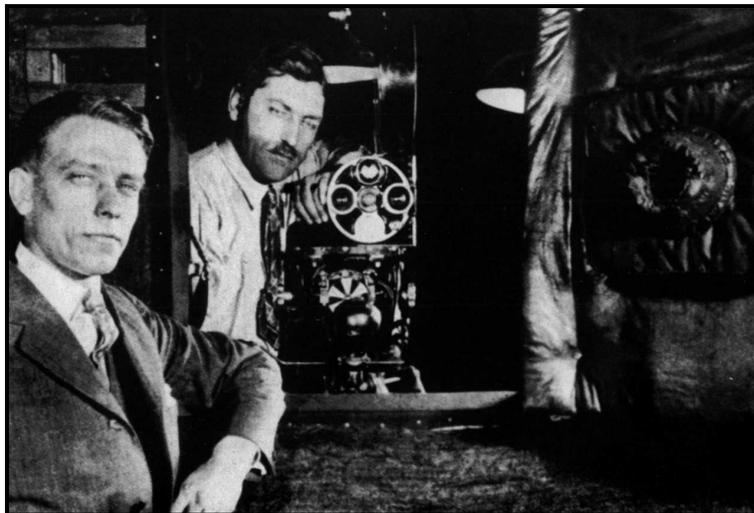
⁴³ Gomery 2005, S. 17. Die hier dargestellten Prinzipien sind eine Zusammenfassung derer, welche Gomery in seinem Artikel *Toward a New Media Economics* vorstellt. Vgl. Gomery, Douglas: *Toward a New Media Economics*. In: Bordwell, David; Carroll, Noel: *Post-Theory. Reconstructing Film Studies*. London; Madison 1996. Für eine detaillierte Erläuterung von Gomerys Verständnis von filmhistorischer Industrieökonomie siehe: Allen; Robert C.; Gomery, Douglas: *Film History. Theory and Practice*. New York 1985, S. 131ff.

weitere nationale und internationale Diffusion ab 1928 sowie den wirtschaftlichen Konsolidierungsprozess innerhalb des amerikanischen Studiosystems bis in die 1940er Jahre.

Die für Gomery meist ausschlaggebende Phase innerhalb des industriellen Wandels ist die der Innovation, hier die Einführung und Vermarktung eines neu erfundenen Produkts – des Tonfilms. Demgemäß erörtert Gomery diese Phase anhand der unternehmerischen Tätigkeiten der Hauptinnovatoren, Warner Bros. und Fox.

In seinen Ausführungen zu Warner Bros. untersucht Gomery den Mythos, dass die Innovationskraft der Firma von einem nahenden Bankrott und der Spekulation mit Tonfilmen hergerührt haben soll. Mittels Aufzeichnungen von Kongressuntersuchungen die AT&T Corporation betreffend sowie Berichten in Handelsblättern der Filmbranche wie *Moving Picture World*, *Motion Picture News* und *Variety* analysiert Gomery detailliert die ökonomischen Rahmenbedingungen sowie Transaktionen und Verhandlungen der beteiligten Akteure: einsetzend mit den wirtschaftlichen Gründen für die Erfolglosigkeit früherer Tonfilmexperimente über die Entwicklungen und Erfindungen der AT&T Corporation (beziehungsweise die der AT&T-Tochter Western Electric) bis hin zum Verkauf der Technik und der Kooperation mit Warner Bros. sowie deren Schritte zur Marktplatzierung der Tonfilmtechnik in der Filmbranche. Gomery weist anhand seiner Quellen nach, dass Warner Bros. eine Vielzahl an ökonomischen Entscheidungen treffen musste, um die beabsichtigte Innovation organisieren und beeinflussen sowie die notwendige Finanzierung zur Sicherung des neuen Kapitalstocks akquirieren zu können. Das Unternehmen musste in diesen Entscheidungen vor allem die Auswahl der Geschäftspartner und Investoren, die Größe der Investitionen, die sich verändernden Produktions-, Distributions- und Vorführungskosten und die Auswirkungen auf das bestehende Filmangebot berücksichtigen. Ebenso mussten sich verändernde Preispolitiken und die Charakteristika der Tonfilmvorführung als Einflussfaktoren auf potentielle Einnahmen in entsprechende Kalkulationen mit eingerechnet werden.

Das herkömmliche Kinoprogramm bestand aus Live-Varieténummern, Newsreels und komödienhaften Kurzfilmen sowie einem langen Spielfilm. Warner Bros.' Strategie war, mit Hilfe der Vitaphone-Technik zunächst das Vorprogramm durch aufgenommene Orchestralbegleitung und Varieté-Kurzfilme zu ersetzen und diese Technik bei Erfolg auch in den langen Hauptfilmen einzusetzen. Ein wichtiger Faktor bei dieser Entscheidung war das enorme Einsparpotential, da durch den Wegfall der Liveshows ein Großteil der Kosten entfielen und sich trotzdem die Möglichkeit eröffnete, dem Publikum Stars zu bieten – auch weit abseits des Broadways. Hierfür nahm Warner eine große Anzahl an populären Musicalstars für Kurzfilme im Vorprogramm unter Vertrag, was sich zwar nur allmählich bezahlt machte, jedoch durch durchschnittliche Kosten von nur 12000 US-Dollar eine kostengünstige Grundlage zum Experimentieren mit Ton bei gleichzeitiger Gewährleistung eines großen Publikums bot.⁴⁴ Durch geschickte Verhandlungen war es der Produktionsfirma gelungen, landesweit zahlreiche Filmtheater mit dem Vitaphone-System ausstatten zu lassen. Aufgrund der Vielzahl an getätigten Investitionen war es nicht verwunderlich, dass sich die jährlichen Vermögensbilanzen von Warner Bros. zeitweise in der Verlustzone befanden, wie



Das Vitaphone-System, mit welchem *The Jazz Singer* aufgenommen wurde

etwa an den im März 1926 veröffentlichten Zahlen ersichtlich ist. Hierzu schreibt Gomery: „The loss was a large \$1.4 million. Yet the company did not face bankruptcy. Its loss was self-imposed, for now Warners' possessed an international distribution network, owned a growing chain of theaters, was producing higher priced films, and had established the line of credit necessary

to continue its climb to the top of the industry.“⁴⁵ Bereits ein Jahr später, im Frühjahr 1927 (also noch vor der Premiere von *The Jazz Singer*) hatten sich die vierteljährlichen Verluste trotz weiterer Investitionen auf ein Drittel der Vorjahresverluste reduziert.⁴⁶ Die auf einen Bankrott

⁴⁴ Vgl. Gomery 2005, S. 38.

⁴⁵ Gomery 2005, S. 37.

⁴⁶ Zur weiteren Eruiierung der Bankrott-These und für eine detaillierte Aufstellung aller von Warner Bros. getätigten Investitionen und Maßnahmen zur Akquirierung von Geldmitteln sowie für die Bilanzverhältnisse des

hindeutenden negativen Bilanzen der Firma Warner Bros. sind demnach als kalkulierte und lediglich kurzzeitige Verluste eines innovativ handelnden Unternehmens zu verstehen. Nach weiteren Abkommen mit AT&T sowie deren Tochterfirmen Western Electric und Electrical Research Products Inc. besaß Warner die Handlungsfreiheit, sein Expansionsstreben weiter zu verfolgen und kündigte für die Saison 1927 weitere Neuerungen an, unter anderem den Einsatz von Sprachsequenzen in Langspielfilmen – von denen *The Jazz Singer* der erste war.⁴⁷ Im Unterschied zu Crafton weist Gomery bezüglich dessen Einspielergebnissen und Laufzeiten auch Erfolge nach. Dies rührt daher, dass Gomery sich bei seiner Analyse nicht auf den Premierezeitraum beschränkt und aufzeigt, dass *The Jazz Singer* seine besten Ergebnisse erst zu späteren Zeitpunkten in mittelgroßen Städten weit außerhalb des Broadways erzielen konnte: „In cities that rarely showed films more than one week, *The Jazz Singer* set records for length of run: five weeks each in Charlotte, North Carolina, Reading, Pennsylvania, Seattle, Washington, and Baltimore, Maryland.“⁴⁸ Diese Erfolge ermutigten Warner zu weiteren Kurz- aber auch Langspielfilmen mit Dialog. Am 4. Dezember 1927 startete die zehnminütige Kurzfilmkomödie *My Wifes's Gone Away*, welche nicht nur teilweise, sondern durchgehend mit Dialogszenen versehen war. Am 14. März 1928 veröffentlichte Warner den Langspielfilm *Tenderloin* – ein Part-Talkie mit fünf Segmenten, in denen die Schauspieler ihren Dialog selbst sprachen (für 12 von 85 Minuten) – und am 28. April 1928 *Lights of New York*, den ersten Langspielfilm mit durchgehenden Dialogszenen. Warner Bros. hatte also dafür gesorgt, dass bei einsetzendem Erfolg der steigende Bedarf an neuen Tonfilmproduktionen sofort gedeckt und die Distribution weiter vorangetrieben werden konnte. Bis zum Herbst 1928 war es Warner gelungen, die komplette Produktionspalette auf Tonfilme auszurichten – dies galt sowohl für Kurz- als auch für Langspielfilme.

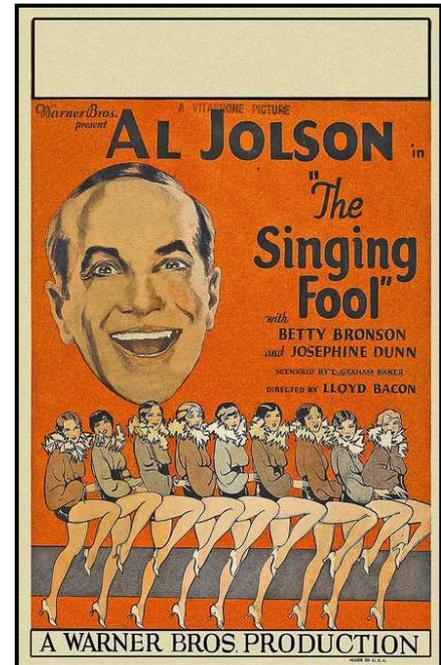
Unternehmens im Zuge der Umrüstung auf Tonfilmtechnik siehe auch Gomery, Douglas: *Writing the History of the American Film Industry. Warner Bros and Sound*. In: Kuhn, Anette; Stacey Jackie: *Screen Histories*. New York, Oxford 1998.

⁴⁷ Vgl. Gomery 2005, S. 43.

⁴⁸ Vgl. ebd., S. 45. Dieselben Ergebnisse finden sich auch in Gomery 1985, S. 120.

Doch auch Gomery stellt fest, dass *The Jazz Singer* trotz der beschriebenen Erfolge nicht an die von populären Stummfilmen wie *Four Horsemen of the Apocalypse* (1921), *The Big Parade* (1925) oder *Ben Hur* (1926) aufgestellten Rekorde herankam, weshalb seinerzeit von Skeptikern ein länger anhaltendes Interesse am Tonfilm in Frage gestellt wurde.⁴⁹

Jolsons zweite Hauptrolle in einem Langspielfilm nach *The Jazz Singer* war *The Singing Fool*. Wie Gomery in einer Fallstudie zu diesem Film nachweist, war es letztendlich dieser Film, der den Beweis leistete, dass Tonfilme mehr Profit erzielen konnten als Stummfilme. *The Singing Fool* kam im September 1928 heraus und verzeichnete bei geschätzten Kosten von 200.000 US-Dollar Einnahmen von 5 Millionen US-Dollar, was in der Filmindustrie einen Rekord darstellte, der ein Jahrzehnt anhielt.⁵⁰ Dementsprechend ist *The Singing Fool* als der eigentliche wirtschaftliche ‚Schlüsselfilm‘ des Transformationsprozesses zu bezeichnen, dessen Erfolg jedoch kein revolutionäres Ausnahmeereignis darstellt, sondern auf den zahlreichen vorangegangenen Innovationsstufen eines detailliert kalkulierten Wirtschaftsplans basiert.



Filmplakat zu Warners eigentlichem Tonfilm-Erfolgsfilm *The Singing Fool* (1928)

5. Crafton versus Gomery: Ein vergleichendes Fazit beider Studien

Wie sowohl Donald Crafton als auch Douglas Gomery anhand ihrer Studien nachweisen können, war *The Jazz Singer* zwar ganz offensichtlich ein achtbarer Publikumserfolg, jedoch keine über alle Maßen sensationell erfolgreiche Zugnummer, deren wirtschaftliche Stoßkraft eine sofortige filmhistorische Revolution zur Folge gehabt hätte. Das vermeintlich enorme Ausmaß, die gewaltige Tragweite und die einschneidende Bedeutung dieses Erfolges innerhalb der Kinogeschichte stellen beide Autoren in Frage.

Craftons Analyse beschränkt sich auf den Versuch, den filmgeschichtlichen Stellenwert von *The Jazz Singer* mittels einer Rezeptionsstudie korrigieren zu wollen. Anhand seiner vergleichenden Untersuchungen bezüglich der Einspielergebnisse von *The Jazz Singer* kann

⁴⁹ Vgl. Gomery 2005, S. 59.

⁵⁰ Vgl. ebd., S. 56.

Crafton zwar belegen, dass lokale Publika die angebotenen Sitzplatzkapazitäten keineswegs in einem derart wirtschaftlich relevanten Umfang in Anspruch nahmen, der andere Produktionsfirmen zur gleichen Vorgehensweise gezwungen hätte; weitere Erkenntnisse liefert sein Ansatz jedoch nicht. Die vollständige Überprüfung seiner eigentlichen Kernthese – die ‚Buying Broadway‘-Methode als attraktivitätssteigernde Werbemaßnahme für das wartende Publikum außerhalb New Yorks – bleibt Crafton letztendlich schuldig, da er sich einzig auf den erweiterten Premierezeitraum konzentriert und nach März 1928 keine Ertragsdaten mehr berücksichtigt. Darüber hinaus können isolierte Einspielergebnisse ohne zusammenhängende Betrachtung mit den Gesamtbilanzen (inklusive aller Investitionskosten) nur einen sehr beschränkten Einblick in die allgemeine finanzielle Aufstellung einer Produktionsfirma geben, weshalb es Crafton auch nicht möglich ist, zur Aufklärung der Bankrott-Legende um Warner Bros. beizutragen.⁵¹ Weiterhin ist verwunderlich, dass Crafton zwar den Einfluss von Al Jolsons Popularität hinsichtlich der Entstehung der Legenden um den Erfolg des Films betont, eine Auseinandersetzung mit Jolsons eigentlichem Erfolgsfilm *The Singing Fool* jedoch in keiner Weise stattfindet. Stattdessen macht er *The Jazz Singer* zum Herzstück seines Buches und konzentriert sich einzig auf die Untersuchung des angeblich singulären Erfolges dieses Films, den er ihm letztendlich allerdings abspricht. Da sein Hauptaugenmerk jedoch auf der öffentlichen Wahrnehmung dieses Films liegt, wird sein legendärer Status als Drehpunkt der industriellen Wende nicht widerlegt, sondern sogar bestätigt, indem Crafton die Vorstellung eines Wandels evoziert, welcher nicht durch den tatsächlichen Erfolg, sondern durch den überaus positiven Ruf des Films ausgelöst wurde: „It would be overly simple to say that the popular version of the story is wrong and the revisionist historian is right. Legends are also historical documents.“⁵²

Die eigentliche Intention Craftons offenbart sich in seinem vehement vorgetragenen Plädoyer für den trotz offensichtlicher Verifikationsprobleme großen Nutzen journalistischer Quellen für historische Studien: Crafton will mit seiner vordergründig als Ertragsstudie motivierten Analyse zu *The Jazz Singer* dessen allgemeine populäre Rezeption und seinen Einfluss auf das Publikumsverhalten erforschen, wozu seines Erachtens Einspielergebnisse nur Orientierungshilfen geben können. Er müsste jedoch idealerweise auf direkte, individuelle Reaktionen als Primärquellen zurückgreifen, welche wiederum nur schwer zu beschaffen sind. Sein Ansatz basiert demnach zu großen Anteilen auf einer publizistischen Perspektive, welche für die filmhistorische Relevanz von *The Jazz Singer* im Transformationsprozess vom Stumm-

⁵¹ Die von ihm beschriebenen eingeplanten Verluste der Buying-Broadway-Methode bieten zwar Ansätze hierfür, diese werden von Crafton jedoch nicht weiter ausgeführt oder belegt.

⁵² Crafton 1997, S. 529.

zum Tonfilm zwar von Bedeutung ist, den Umbruch in seiner gesamten Komplexität jedoch nicht zu erfassen vermag.

Im Gegensatz zu Donald Crafton ist Douglas Gomery hinsichtlich der Quellenlage der Meinung: „[...] there was too much primary information, not too little.“⁵³ Aufgrund seines industrieökonomischen Ansatzes kann sich Gomery auf eine Vielzahl primärer Quellen, wie die an voriger Stelle beschriebenen bilanziellen und juristischen Aufzeichnungen der United Artists Corporation oder auf die überreichlich vorhandenen behördlichen Dokumente sowie auf Gerichtsprotokolle beziehen. Dabei stellt er auch fest, dass die Daten der von Crafton überwiegend verwendeten Handelsblätter oft, jedoch nicht immer, mit diesen primären Quellen korrespondieren.⁵⁴

Gomery versucht nicht, anhand einer isolierenden Betrachtungsweise einzelne Aspekte der *Jazz Singer*-Legende zu untersuchen, sondern setzt den gesamten Umwandlungsprozess in den Rahmen des technologischen Wandels. Das grundlegende Prinzip dabei lautet: Ein Unternehmen bringt ein neu entwickeltes Produkt auf den Markt in der Hoffnung, dass der Verbraucher das neue Produkt gegenüber dem alten präferiert. Das Ziel aller innovativen Handlungen ist dabei die Maximierung der Langzeitgewinne. Diese Maxime setzt Gomery als gültig für alle in den Transformationsprozess involvierten Unternehmen voraus, was bedeutet, dass er auch sämtliche ökonomisch relevanten Entscheidungen und Investitionen all dieser Unternehmen analysiert, was uns wiederum einen sehr detaillierten Einblick in die Geschäftsgebaren einzelner Firmen wie etwa Warner Bros. gibt. Weil Gomery im Unterschied zu Crafton den Transformationsprozess in einem größeren zeitlichen Rahmen untersucht, kann Gomerys Studie im Hinblick auf *The Jazz Singer* über eine bloße Aufstellung der tatsächlichen Einspielergebnisse hinaus noch weitaus mehr aufschlussreiche Ergebnisse liefern. Er widerlegt so fast beiläufig einen Großteil der *Jazz Singer*-Mythen wie etwa die Bankrott-These und erbringt den Nachweis, dass der Übergang zum Tonfilm eine systematisch geplante und sukzessiv voranschreitende industrielle Evolution war. Gomery degradiert auf diese Weise *The Jazz Singer* nachweislich vom Rang eines revolutionären Medienereignisses zu einer Entwicklungsstufe unter vielen innerhalb eines Interaktionsprozesses zwischen unzähligen ökonomischen Kräften.

Trotz seiner detaillierten Vorgehensweise und wegen seiner Schwerpunktsetzung auf ökonomische Aspekte kann Gomerys Ansatz freilich nur einen sehr beschränkten Einblick in ebenfalls relevante künstlerische, soziologische oder psychologische Faktoren geben respektive Aufschlüsse über soziale, kulturelle oder ästhetische Auswirkungen liefern; sein ökonomischer

⁵³ Gomery 2005, S. 17.

⁵⁴ Vgl. Gomery 2005, S. 15.

Ansatz bietet allerdings aufgrund seiner Komplexität eine Vielzahl an Ausgangspunkten für weiterführende alternative Studien, derer es zu einer vollständigen Analyse des Phänomens Tonfilm – wie letztendlich auch Crafton feststellt – aufgrund vieler Missinterpretationen früherer Forschungen offenbar immer noch bedarf.

6. Literaturverzeichnis

6.1 Forschungsliteratur

- Allen, Robert C.; Gomery, Douglas: *Film History. Theory and Practice*. New York 1985.
- Bradley, Edwin M.: *The First Hollywood Musicals. A Critical Filmography of 171 Features, 1927 Through 1932*. Jefferson 2004.
- Crafton, Donald: *The Talkies. American Cinema's Transition to Sound, 1926 – 1931*. In: Harpole, Charles [Hrsg.]: *History of the American Cinema*. Bd. 4. New York 1997.
- Dibbets, Karel: *Die Einführung des Tons*. In: Nowell-Smith, Geoffrey [Hrsg.]: *Geschichte des internationalen Films*. Stuttgart; Weimar 1998, S. 197 – 203.
- Dibbets, Karel: *Sprekende films. De komst van de geluidsfilm in Nederland*. Amsterdam 1993.
- Ferrari, Chiara: *Der Jazzsänger/The Jazz Singer (1927)*. In: Schneider, Steven Jay [Hrsg.]: *1001 Filme – Die besten Filme aller Zeiten*. Zürich 2004.
- Gomery, Douglas: *The Coming of Sound: A History*. New York; Oxon 2005.
- Gomery, Douglas: *Toward a New Media Economics*. In: Bordwell, David; Carroll, Noel: *Post-Theory. Reconstructing Film Studies*. London; Madison 1996.
- Gomery, Douglas: *Writing the History of the American Film Industry. Warner Bros and Sound*. In: Kuhn, Anette; Stacey Jackie: *Screen Histories*. New York; Oxford 1998.
- Jossé, Harald: *Die Entstehung des Tonfilms*. Freiburg; München 1984.
- Kracauer, Siegfried: *Theorie des Films. Die Errettung der äußeren Wirklichkeit*. Frankfurt am Main 1985.
- Nowell-Smith, Geoffrey: II. *Der Tonfilm 1930 - 1960. Einführung*. In: Nowell-Smith, Geoffrey [Hrsg.]: *Geschichte des internationalen Films*. Stuttgart; Weimar 1998, S. 193 – 196.
- Sadoul, Georges: *Geschichte der Filmkunst*. Wien 1957.
- Toeplitz, Jerzy: *Geschichte des Films*. Fünfter Teil. 1928 – 1933. München 1977.
- Vogt, Hans: *Die Erfindung des Tonfilms*. Passau 1954.
- Wahl, Chris: *Das Sprechen des Spielfilms. Über die Auswirkungen von hörbaren Dialogen auf Produktion und Rezeption, Ästhetik und Internationalität der siebten Kunst*. Trier 2005.

6.2 Internetquellen

Immich, Georg: *Vor 80 Jahren: Sensationserfolg des Tonfilms ‚The Jazz Singer‘*.

URL: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Vor-80-Jahren-Sensationserfolg-des-Tonfilms-The-Jazz-Singer-182464.html> [02.08.2010].

Martin, Silke: *Überlegungen zur hybriden Form des vermeintlich ersten Tonfilms The Jazz Singer (USA 1927)*. In: *Kieler Beiträge zur Filmmusikforschung* 3, 2009.

URL: <http://www.filmmusik.uni-kiel.de/kielerbeitraege3/KB3-Martin.pdf> [15.08.2010].