

**Published as “Une ‘collection virtuelle’. Les plaques de projection pour l’enseignement de la société Ed. Liesegang en Allemagne avant 1914”, in: *Transbordeur* 1, 2017, pp. 96-105.**

**This is the non-corrected and non-edited version which the authors submitted for publication. DO NOT QUOTE. Quote only the published version.**

« L’Italie, la Palestine, l’Allemagne » – stratégies d’acquisition et de commercialisation de la firme Ed. Liesegang et l’importance de ses plaques de lanterne magique pour l’enseignement en Allemagne avant 1914<sup>1</sup>

Frank Kessler, Sabine Lenk

### *1. Introduction*

Pour notre contribution, nous avons choisi d’examiner le cas de la société Ed. Liesegang à Düsseldorf. Nos réflexions partent des images de projection fixes de contenu non-fictionnel qu’elle met en vente au tournant du siècle dernier et qui forment pour nous une « collection virtuelle ». Bien que le producteur et distributeur Liesegang ait joué un certain rôle pour le cinéma instructif des premiers temps en Allemagne, nous nous concentrerons uniquement sur sa production de plaques de lanterne magique, c’est-à-dire d’images fixes et transparentes.

Plusieurs motivations nous ont déterminé dans notre choix de présenter une collection n’existant plus aujourd’hui et constituée non pas dans le cadre d’un projet muséal, mais pour des raisons commerciales. Nous les expliquerons et adresserons en même temps diverses questions qui se posent dans un tel contexte, comme l’organisation d’une collection, ses objectifs pédagogiques potentiels, et ses rapports avec d’autres assemblages qui, à la même époque, ont été constitués par des « amateurs », donc dans une perspective personnelle et qui, aujourd’hui, sont considérés sous un angle plutôt archivistique et muséale.

### *2. Pourquoi choisir une archive historique qui n'a jamais existée ?*

La société Ed. Liesegang oHG dépose son bilan en 2002, après presque 150 ans d’existence. Son archive est dispersée au moment où son siège social est abandonné, et ainsi il ne constituera jamais un fonds dans un musée. Néanmoins nous sommes persuadés qu’une telle « collection » mérite qu’on réfléchisse un instant à la signification d’un tel fonds historique et sa valeur socio-historique. Nous proposons de concevoir la possibilité d’une « collection virtuelle » Liesegang, de la voir d’un point de vue théorique et de prendre cette notion comme un principe heuristique pour révéler son potentiel pour la recherche.

Nous partons de la constatation que la plupart des musées et archives disposent d’une ou plusieurs « collections virtuelles », étant donné le manque d’espace aux dépôts, les conditions climatiques qui ne permettent pas de garder les objets tous au même endroit, l’obligation de trier à l’arrivée d’un fonds, c’est-à-dire de séparer l’« archivable » du « non-archivable » selon les critères de sélection de l’institution etc. Les objets et documents reçus sont dispersés sur différents dépôts, certains ont peut-être même été donnés à des tiers. Par conséquent, la collection n’existe plus en tant qu’entité physique, néanmoins ses éléments forment une entité virtuelle, souvent aussi digitale : leur existence antérieure en tant qu’entité archivistique est attestée par des listes des déposants ou des magasiniers, des catalogues de vente ou d’exposition, voir des bases de données.

Dans le cadre d'un projet de recherche sur la lanterne magique nous travaillons sur deux fonds soumis à ces conditions, rendus possible grâce à l'industrialisation qui a démocratisé l'« art de posséder de beaux objets » : la collection Robert Vrielynck au Musée d'Art Contemporain à Anvers, et celle du Musée de l'Université d'Utrecht. Dans le premier cas, il s'agit d'une collection privée, hétérogène et éparse, l'amalgame d'un passionné de cinéma qui a acheté ce qu'il y avait d'accessible sur le marché. Le deuxième cas forme un ensemble peu organique de plaques, regroupé maintes fois selon les besoins de l'enseignement et de la recherche. Leur confrontation avec la « collection virtuelle » Liesegang – présentée sous la forme de catalogues de vente – permet de constater la différence : l'ensemble Liesegang est organisé (donc non-chaotique), structuré (donc pensé en termes stratégiques), classé selon un concept d'accessibilité facile (en thèmes afin d'attirer les acheteurs) et pratique (en catégories et sous-catégories pour garder une vue d'ensemble sur le dépôt). Il n'est pas le résultat d'un effort personnel (donc la trace d'une biographie, d'une manie) mais d'un « travail en commun » entre une compagnie (intérêt commercial), des experts (contribution savante), les photographes (contribution esthétique-artistique) et la communauté des acheteurs-collectionneurs déterminant pour son agrandissement (ce qui se vend / ne se vend pas).

Quant à des collections souvent très hétéroclites que l'on trouve dans des archives, cette sorte de collection a plusieurs avantages qui ont des conséquences pour le travail de recherche :

Dans la plupart des cas, les plaques conservées dans des musées sont non identifiées. Parfois on connaît ni titre, ni série, ni provenance, ni année de production. Premièrement, l'analyse de la « collection virtuelle » que nous avons choisie ne demande pas d'identification et peu de recherche historique (p.ex. retrouver la première apparition d'une plaque dans les catalogues) afin de pouvoir l'examiner et en tirer des conclusions.

Deuxièmement, l'accent n'est pas mis sur l'identification d'un ou plusieurs objets mais sur l'ensemble de la collection, c'est-à-dire le temps souvent rare de l'archiviste peut être investis dans une recherche sur la logique d'un fonds déposé qui, sinon, devrait être reconstruite par le chercheur ce qui demande du temps, est souvent compliqué, parfois même impossible dont on se rend compte souvent bien tard.

Troisièmement, un fonds reconstitué à base de catalogues permet de formuler instantanément des commentaires concrets sur sa totalité et la systématique de sa formation etc. Il permet, entre autres, une analyse statistique dont on peut tirer certaines conclusions sur le groupe social dont le fonds est issu qui, dans le cas de Liesegang, signifie : des artisans-commerçants devenus des bourgeois-industriels qui produisent pour une clientèle de (petits-)bourgeois.

Quatrièmement, la recherche peut immédiatement analyser le contexte de chaque objet (appartenant à une série, format, thème) voire la composition des séries (p.ex. la structure interne dramaturgique en vue de la programmation, les relations entre séries et entre les motifs d'une série). Concernant la valeur éducative on peut examiner les ADRESSATEN des séries (p.ex. groupes particuliers ou généraux, public scientifique (expert) ou populaire).

Cinquièmement, dans le cas des plaques Liesegang il s'agit littéralement d'un « assemblage d'objets de même nature ». <sup>2</sup> Elles forment ce qu'on appelle une « collection pure », d'une homogénéité presque introuvable dans des archives, car les collections existantes dans le domaine de la lanterne magique sont régulièrement constituées d'un amalgame d'objets divers laissés par les ex-proprétaires : plaques, lanternes de projection, écrans, sources lumineuses etc. Un tel ensemble hétérogène demande une vision *inclusive* des divers matériaux,

provenances, formes esthétiques, formats, fonctions et modes d'usage, etc. et une interprétation *pluri-causale* et *interdisciplinaire* (recherches d'ordre historique, technique, social) des objets rassemblés. La pureté de notre « collection virtuelle », par contre, joue à plusieurs niveaux. On a affaire à des plaques venant d'une même source, avec un nombre minime de variantes (formats 8 ¼ x 8 ¼, 8 ½ x 8 ½ ou 8 ½ x 10 cm, plaques photographiées ou peintes) et une matérialité homogène (verre avec cadre en bois). Son mode d'usage est limité à l'éducation et l'enseignement. Ceci permet, par conséquent, une perspective *exclusive* (centrée sur les plaques) avec une interprétation *mono-causale* quant à son origine, et *pluridisciplinaire* (recherches relatives aux disciplines présentées) due aux sujets des plaques Liesegang qui sont de caractère scientifique.

*Last, but not least* : les catalogues de plaques Liesegang forment une collection virtuelle comme elle aurait potentiellement pu exister si un intéressé avait acquis un grand nombre, voire toutes les plaques de lanterne magique mises en vente par la compagnie.

En revanche, notre travail sur la « collection virtuelle Liesegang » ne pourra se situer qu'à un méta-niveau, parce qu'il nous sera impossible de travailler sur les plaques elles-mêmes, c'est-à-dire des analyses relatives aux éléments esthétiques de l'image, aux informations que l'on pourrait tirer de l'artefact, notamment les inscriptions, nous seront impossible. Nous pourrions dire quelque chose sur des séries comme « Italien (1) », « Palästina », « Neue Aufnahmen aus Deutschland », mais non pas sur les plaques individuelles comme « Hafen von Genua », « Frauen in Bethlehem » ou « Freiburg i. Br. : Münster », qui en font partie.

### 3. Quelques informations sur la société Ed. Liesegang et sa collection commerciale

La société « Ed. Liesegang – Fabrik für Photographische Papiere, Projektions- und Photographische Apparate »<sup>3</sup> est créée par Friedrich Wilhelm (F.W.) Eduard Liesegang (1803-1871) quand celui-ci achète le fonds de commerce d'un atelier de photographie à Elberfeld en 1854. Sous la direction de son fils Johann Paul Eduard (Paul E.) Liesegang (1838-1896) la compagnie publie à partir de 1860 un journal professionnel, *Photographisches Archiv. Berichte über den Fortschritt der Photographie*; d'autres titres relatifs aux médias visuels suivront dans les décades à venir.<sup>4</sup> Paul E. Liesegang, connu pour ses ouvrages sur la photographie dont *Handbuchs der Photographie* (Berlin 1856) ne doit pas être confondu avec son fils Franz Paul (F. Paul) Liesegang (1873-1949)<sup>5</sup> qui, à partir de la deuxième moitié des années 1890, écrira régulièrement sur la projection des images fixes et en mouvement.

Vers la fin du 19<sup>e</sup> siècle, la firme sera devenue l'une des sociétés les plus importantes dans le secteur de la technique de projection et de la photographie, non seulement en Allemagne mais aussi à un niveau international. En 1873 (d'autres disent 1871) la société déménage à Düsseldorf-Bilk, leur usine de production photographique reste à Elberfeld. Après la mort de Johann Paul Eduard Liesegang en 1896 ses fils, Raphael Eduard Julius (1869-1947, chimiste très connu), Albert James (1878-1951) et Franz Paul (1873-1949), modernisent l'entreprise qui se concentrera dorénavant sur l'optique (dont les appareils d'agrandissement) et la technique de projection. Elle s'appèlera « Fabrik für Projektionsapparate, Kinematographen und Lichtbilder ». Le secteur photographique est vendu en 1907 à la « Farbenfabriken vorm.[als] Friedr.[ich] Bayer & Co. » (Leverkusen).<sup>6</sup>

### 4. La production de la Liesegang au tournant du siècle vue au niveau local, national et global

Si en France le banquier Albert Kahn tient à conserver des impressions de la planète pour des générations futures et, à partir de 1908/09, envoie des opérateurs à ses propres frais dans le

monde entier, la société « Ed. Liesegang », en ces mêmes années, se concentre sur la distribution commerciale d'images prises au proche et au lointain. Le but de la firme n'est pas idéaliste, la vente des séries de plaques et d'appareils nourrit la famille et ses employés. Mais les frères Liesegang sont certainement conscients du fait que leur production permet aux contemporains de connaître tous les coins du monde sans voyager.

La firme fait partie d'un réseau international de vendeurs d'instruments et de plaques optiques. Il y a les concurrents directs comme, p. ex., au Deutsches Reich les manufactures Unger & Hoffmann A.G. (Dresde) et Carl Simon & Co. (Düsseldorf)<sup>7</sup>, en Angleterre York & Son (Notting Hill) et d'autres. Il existe aussi divers *revendeurs non commerciaux* telles les institutions à vocation religieuse comme les catholiques Lichtbilderei GmbH à München-Gladbach et Maison de la Bonne Presse à Paris. Elles est d'autres organisations vouées à la charité laïque (p.ex. l'Armée du Salut) et à la lutte contre l'alcoolisme (*Temperance Movement*) sont de bon clients ainsi que des particuliers (enseignants, prêtres, forains, etc.).<sup>8</sup>

La grande variété des clients indique une aussi grande variété de spectateurs appartenant à toutes les couches sociales qui viennent voir les spectacles de lanterne magique. Poussés par des motifs divers ils cherchent principalement les « deux côtés » de la même médaille : la distraction et l'éducation. Et Liesegang en a pour tous les goûts dans sa collection.

##### 5. L'organisation de la collection Liesegang au tournant du siècle

Le catalogue *Liesegang's Glasphotogramme für Lichtbilder-Apparate* n° 282, datant vraisemblablement de 1903, indique que la firme dispose en ce moment de plus de 22.000 plaques.<sup>9</sup> Les indices trouvés dans les catalogues révèlent que la collection est constituée selon une logique commerciale qui, à en juger par la position de la firme sur le marché, a connu du succès. Cela est dû à un certain nombre de facteurs :

1. la connaissance du marché ;
2. le calcul des bénéfices par rapport aux investissements (prix par plaque standard : 1 Mark) ;
3. des fournisseurs qui garantissent la diversité de l'offre ;
4. la diversité de l'offre permettant de cibler des publics divers ;
5. la possibilité de lier des séries à l'actualité (p. ex. vues de la Chine et la rébellion des Boxers en 1900) ;<sup>10</sup>
6. la possibilité de lier les séries à la conférence d'un expert (p.ex. « Le Maroc. Pays et peuple » avec un texte de « Dr. Jost »).<sup>11</sup>

En ce qui concerne la présentation des sujets, Liesegang semble suivre principalement deux stratégies :

Il y a d'une part les « thèmes de répertoire » qui répondent clairement aux attentes des clients, y compris au niveau de l'iconographie. Ainsi on offre les « Images de la Bible selon [Gustave] Doré » ou des portraits de personnages historiques reprennent souvent les tableaux bien connus. Les plaques géographiques présentent les sujets suivant le modèle du *Baedeker*, celles dédiées à la flore et la faune s'orientent au *Brehms Tierleben*.<sup>12</sup> Rares sont les exceptions comme la visite d'un site classique sous un angle insolites : « L'Acropole, Athènes, [vue] du Philopappus » ou « [Un] Grec dans la Fustinella ». <sup>13</sup> La manière dont les séries apparaissent dans les catalogues de vente est déterminée par le fabricant ou distributeur et reflète la façon dont il conçoit ses clients et la demande, permet de reconnaître les sujets les plus « en vogue » (au début) et les « marginaux » (sur les dernières pages) et indiquent ainsi certaines

hiérarchies qui renseignent sur le contexte social et culturel.

La majorité sont des plaques géographiques du monde entier, montrant les pays et leurs habitants. Parfois ces séries sont organisées selon le mode d'un récit de voyages, d'autres présentent des sites touristiques ou archéologiques en isolé. Un deuxième groupe important est constitué par des plaques destinées à l'enseignement scientifique et couvre différents domaines, notamment la géologie, la botanique et la zoologie, utilisant souvent le procédé de la microphotographie. Ces images s'adressent à des clients experts, vu que de nombreux titres sont en latin. Puis il y a des séries thématiques, catégorie couvrant un panorama relativement large de sujets, de la Bible aux hommes préhistoriques en passant par des scènes de chasse, des images de ponts, des portraits historiques et des photographies atmosphériques de vues maritimes.

Un examen des titres des plaques pour lanterne magique révèle que Liesegang a déjà réalisé avant 1900 ce que les Kinoreformer demanderont une décade plus tard: « Si Edison qui, en vrai Américain, est un fonceur, s'est jeté sur la cinématographie scolaire et promet de filmer au profit des écoles tout ce qui existe (en Afrique) entre Cape Town et l'embouchure du Nil, il en fait trop. Nous n'exigeons pas " tout ", mais le t y p i q u e dans le paysage, la population, l'économie, la faune et la flore. »<sup>14</sup>

#### 6. La signification de la « collection Liesegang » au tournant du siècle

En ce qui concerne l'organisation de la collection, on peut remarquer que les séries de plaques Liesegang sont organisées en vue de leur présentation dans les écoles primaires et secondaires (surtout pour les matières géographie, histoire, beaux arts, biologie) ainsi que dans les « Realschulen » (collèges) (agriculture, industrie, technique, artisanat, soins des malades). Par ailleurs, les clients prospectifs sont les Volkshochschulen (universités populaires; astronomie, anthropologie, archéologie, l'ethnographie) et les universités (microphotographies de sujets scientifiques). Liesegang s'adresse aussi à des institutions et associations à vocation spécifique (hygiène, santé, contes bibliques, éducation de l'enfant).

Un nombre considérable des séries sont vendues (ou louées) avec des textes accompagnateurs qui résument l'essentiel et expliquent ce que voit le public. L'enseignant a le choix de parler librement ou d'appuyer son discours sur le matériel d'un expert qui normalement est aussi responsable du choix des plaques qui constituent la série. Le but didactique est double: a.) enseigner la matière, b.) apprendre aux spectateurs-élèves de bien *regarder*. Plus tard les films éducatifs diffusés par Liesegang leur apprendront à bien *observer* car l'image *fixe* de la plaque permet que le regard se promène et de saisir les détails dans son propre rythme. L'image filmique, par contre, demandera une observation ciblée afin de vite saisir l'essentiel du sujet dans un espace de temps relativement court prévu par le monteur du film.

Les plaques de lanterne magique correspondent aux nécessités d'un enseignement basé sur la démonstration visuelle, appelé en Allemagne « Anschauungsunterricht ». Le principe est simple : « La parole laisse une impression plus forte et plus durable que le mot écrit [...]. Si la parole doit être retenue pour longtemps, il est nécessaire que l'impression par l'oreille soit accompagnée par l'impression de l'œil; il faut que la conférence soit accompagnée par des images. Il semble que dans le vacarme de la journée, le son de la parole se perd très facilement, tandis que ce que l'œil regarde est saisi plus intensément et gardé dans la plus profonde mémoire. »<sup>15</sup>

Liesegang aide ainsi à mettre en place un nouveau modèle didactique. Avec la production de

ses séries, la société de Düsseldorf contribue à l'épanouissement de cette méthode d'enseignement visuel qui réformera lentement l'enseignement scolaire, universitaire, religieux et autre.<sup>16</sup> Avec ses plaques qui diffusent aussi bien des connaissances spécifiques (Fachkenntnisse) et générales (Allgemeinwissen) elle permet au conférencier de congédier le principe d'un l'enseignement frontal (« frontaler Lehrervortrag ») du 19ème siècle. Le pédagogue profite des avantages d'une approche tout à fait autre : l'enseignement par la démonstration et par l'expérience (« Anschauungsunterricht ») qui deviendra la forme préférée du 20 siècle.<sup>17</sup> La plaque et la lanterne magique, élevées au rang d'instruments didactiques et fournis par Liesegang, deviendront l'expression d'un enseignement moderne qui correspond à un ère qui sera appelé vers sa fin le « siècle visuel ».

### *Conclusion*

La collection Liesegang est une « collection virtuelle » à deux niveaux. D'une part, elle n'existe pas physiquement dans un musée mais uniquement sous forme de documents. Vu que beaucoup de plaques de lanterne magique ont été détruites, qu'on ne connaît leur existence que grâce à des documents d'époque (catalogues, dépliants), maintes titres et séries mènent également depuis longtemps une existence « virtuelle ». Les artefacts préservés, par contre, ne se laissent très souvent plus organiser en séries complètes, ce qui renvoie aussi à une utilisation de la documentation. Pour un travail critique sur un ensemble de plaques il serait, à notre avis, recommandé de partir des catalogues, de se familiariser d'abord avec l'ensemble des vues que la société a produit dans une catégorie ou une série avant de le cataloguer par unité. L'œil et l'esprit ainsi sensibilisés découvrent plus que l'archiviste ayant une perception non-instruite. Celui-ci découvre plus vite les lacunes s'il a intériorisé les relations logiques entre les différentes parties d'une entité, il saisit mieux la « raison d'être » d'une image dans la chaîne des prises de vues, et il devient conscient du contexte de chaque plaque ce qui aide à son évaluation socio-historique (y inclut commerciale).

D'un autre côté, cette « collection virtuelle » constitue un « fonds idéal » : elle contient le jeu complet d'une série, catégorie ou sujet que la firme a produit; en montrant le maximum possible elle indique, par conséquent, ce qui aurait pu entrer à l'époque dans des collections institutionnelles (écoles, universités). La connaissance de l'ensemble permet de comprendre quels étaient les choix opérés lors de la constitution d'une telle collection, pour savoir, par exemple, dans quelle mesure le collectionneur a eu recours aux services d'un fournisseur commercial spécifique, ou s'il a préféré produire soi-même le matériel pédagogique, quel type de plaques il a choisi et ce que cela peut éventuellement révéler de l'usage qu'il en a été fait. Si, en plus, l'archiviste dispose d'une liste d'acquisition, il peut déterminer si le collectionneur a tout acheté ou s'il a eu une prédilection pour une partie particulière, s'il a gardé les séries intactes ou s'il a mélangé des plaques de différents fournisseurs, etc.

Ce regard partant d'une totalité potentielle d'un fonds afin d'arriver à une unité isolée révèle, à notre avis, davantage (et plus vite) sur la collection que le regard croisé qui part de l'objet singulier vers un groupe présupposé. L'institution qui approche une collection de plaques (ou constituée d'autres objets homogènes issus d'une production de masse) et qui respecte cette perspective – de la « plénitude virtuelle » vers la « singularité réelle » – saura, par la négative, reconnaître immédiatement ce qui est absent et, au niveau pratique, développer une stratégie de numérisation qui en tient compte. Au niveau scientifico-historique le curateur pourra p. ex. juger de la prédilection (du goût particulier) du collectionneur en partant du goût général de l'époque reflété dans les catalogues de vente.

Dans notre projet de recherche « A Million Pictures : Magic Lantern Slide Heritage as

Artefacts in the Common European History of Learning » les partenaires contribuent à une base de données – Lucerna<sup>18</sup> – qui contient déjà des informations relatives à plus de 100.000 plaques individuelles. Nous numérisons actuellement des catalogues qui seront mis à la disposition des chercheurs sur la Media History Digital Library. Nous espérons que cela permettra aux archives et musées ayant des collections de plaques importantes de les aborder avec ce regard analytique porté sur l'ensemble.<sup>19</sup>

---

<sup>1</sup> Cet article a été écrit dans le cadre du projet de recherche « A Million Pictures : Magic Lantern Slide Heritage as Artefacts in the Common European History of Learning », soutenu par The Netherlands Organisation for Scientific Research (NWO), le Belgian Science Policy Office (Belspo), l'Arts and Humanities Research Council (AHRC) ainsi que le Spanish Ministry of Economy and Competitiveness (MINECO). Le projet est co-financé par la Commission de l'Union Européenne.

<sup>2</sup> Lemma « collection », *Petit Larive & Fleury. Dictionnaire français encyclopédique à l'usage des Adultes et des Gens du monde*, Paris, Librairie Ch. Delagrave, s.d. [1904], p. 259.

<sup>3</sup> Les informations sur la société Liesegang sont tirées de « Liesegang Unternehmen » ([https://de.wikipedia.org/wiki/Liesegang\\_%28Unternehmen%29](https://de.wikipedia.org/wiki/Liesegang_%28Unternehmen%29), 28.9.2015); « 160 Jahre Liesegang : Vom Foto-Pionier zum Spezialisten für Präsentation » (<http://liesegang-tas.de/historie.html>, 28.9.2015); « Raphael Liesegang » ([http://de.wikipedia.org/wiki/Raphael\\_Liesegang](http://de.wikipedia.org/wiki/Raphael_Liesegang), 26.1.2015); Claus Priesner, « Liesegang, Eduard », *Neue Deutsche Biographie*, n° 14, 1985, p. 537, version on ligne (<http://www.deutsche-biographie.de/sfz51343.html>, 26.1.2015); « Kolloidwissenschaftler Raphael Liesegang » 22.7.2009 ([http://www.rambow.de/web/liesegang\\_gesamt/pafg74.htm](http://www.rambow.de/web/liesegang_gesamt/pafg74.htm)), « Nécrologie. Docteur Jean-Paul-Édouard Liesegang », *Bulletin du Photo-Club de Paris*, n° 60, 1.1.1896, p. 397; *Düsseldorfer Volksblatt*, 8.9.1896; Jens Ihlenfeld, « Liesegang - Insolvenz nach 150 Jahren », *Golem.de*, 1.10.2002 (<http://www.golem.de/0210/21940.html>, 26.1.2015), ainsi que de Klaus Beneke, *Liesegang named in Literature* (<http://www.uni-kiel.de/anorg/lagaly/group/klausSchiver/Liesegang%20named%20literature-2.pdf>, 28.9.2015). Les sites <http://gw.geneanet.org/>, <http://www.rambow.de/> ainsi que <https://familysearch.org/>. Étant donné que les sources consultées se contredisent l'exactitude de l'histoire de la compagnie sera à confirmer.

<sup>4</sup> Le *Photographisches Archiv* est édité à Elberfeld (Liesegang), puis à Berlin (Theobald Grieben) entre 1860-1897. La société Liesegang dispose de sa propre maison d'édition, Ed. Liesegang's Verlag, à Düsseldorf puis vers 1901 à Leipzig. Elle rédige des journaux corporatifs et des revues spécialisées, et elle publie des manuels dont Paul E. Liesegang, *Handbuch des praktischen Photographen* (Düsseldorf 1885) et F. Paul Liesegang, *Handbuch der praktischen Kinematographie* (Leipzig 1908).

<sup>5</sup> Un des pionniers du cinéma scolaire allemand, Hermann Lemke, souligne la grande importance des recherches de F. Paul Liesegang dans son article « Zur Geschichte des Kinematographen » (*Volksbildung*, n° 15, 1911, pp. 286-287).

<sup>6</sup> Cf. Gottfried Plumpe, Heinz Schultheis, *Meilensteine. 125 Jahre Bayer 1863-1988*, Leverkusen, Bayer AG, 1988, p. 157, 177, 197. Bayer achète d'abord la production des papiers photographiques (1903), puis le reste du département photographique (1907).

<sup>7</sup> Carl Simons travaillait chez Liesegang. Il crée sa propre entreprise Carl Simon & Co. en 1907 à Düsseldorf. Cf. Foticon (éd.), *Aachen – Der Charme der Kulturstadt um 1925*, Aix-la-Chapelle, Meyer & Meyer Verlag, 2014, pp. 6-26.

<sup>8</sup> Pour la provenance des clients cf. p. ex. les remerciements dans les différents catalogues.

<sup>9</sup> Cf. *Liesegang's Glasphotogramme für Lichtbilder-Apparate*, n° 282 [1903]. L'intérieur de la couverture devant le « Département pour Projection » indique qu'en janvier 1899 dans la société disposait d'un dépôt de « plus de 22.000 plaques qui constamment est augmenté par des milliers ».

<sup>10</sup> Cf. p. ex. la série « Shanghai und Umgebung » (Shanghai et ses entourages), *Liesegang's Glasphotogramme für Lichtbilder-Apparate*, n° 282 [1903], p. 28-29.

<sup>11</sup> Cf. *Liesegang's Glasphotogramme für Lichtbilder-Apparate*, n° 282 [1903], p. 37-38.

<sup>12</sup> Cf. *Liesegang's Glasphotogramme für Lichtbilder-Apparate*, n° 282 [1903], pp. 11, 47 et passim.

<sup>13</sup> Cf. *Liesegang's Glasphotogramme für Lichtbilder-Apparate*, n° 282 [1903], p. 37.

<sup>14</sup> « Wenn Edison, der sich mit echt amerikanischem Draufgängertum auf die Schulkinematographie gestürzt hat, verspricht, für Schulzwecke alles aufzunehmen, was (in Afrika) zwischen Kapstadt und der Nil-mündung überhaupt vorhanden ist, so tut er zuviel des Guten. Nicht "alles" verlangen wir, sondern das T y p i s c h e in Landschaft, Bevölkerung, Wirtschaft, Fauna und Flora. » W[illi] Warstat, « Kinematographie und Schule », *Bild und Film*, n° II.3, 1912, p. 62

([http://goobiweb.bbf.dipf.de/viewer/image/ZDB975774786\\_0002/81/LOG\\_0045/](http://goobiweb.bbf.dipf.de/viewer/image/ZDB975774786_0002/81/LOG_0045/), 28.9.2015).

<sup>15</sup> « Das gehörte Wort ist eindrucksvoller und nachhaltiger als das geschriebene [...]. Aber soll das Wort dauernder haften bleiben, so muß zum Eindruck auf das Ohr noch der auf das Auge sich gesellen; es müssen

---

Bilder den Vortrag begleiten. Ist es doch, als ob im Lärm des Tages allzuleicht der Klang des Wortes verwechselt, während was das Auge schaut, tiefer erfaßt und im innersten Erinnern festgehalten würde. » Joseph Weigl, « Die Lichtbilderei GmbH. in M.Gladbach », *Bild und Film*, n° 1.1, 1912, S. 8.

<sup>16</sup> Pour plus d'informations sur la nouvelle méthode d'éduquer « les sens et les sensibilités » de spectateurs cf. chapitre 3 de Scott Curtis, *The Shape of Spectatorship. Art, Science, and Early Cinema in Germany*, New York, Columbia University Press, 2015, pp. 142-192.

<sup>17</sup> Dans ce contexte cf. aussi Frank Kessler, Sabine Lenk, « The Institutionalization of Educational Cinema: Educational Cinemas in North America and Europe in the 1910s and 1920s », in: Marina Dalquist, Joel Frykholm (éd.), *The Institutionalization of Educational Cinema: Educational Cinemas in North America and Europe in the 1910s and 1920s* (à paraître).

<sup>18</sup> Cf. Lucerna ([www.slides.uni-trier.de](http://www.slides.uni-trier.de)). Cf. [www.mediahistoryproject.org](http://www.mediahistoryproject.org) qui est une sous-section d'Internet Archive ([www.archive.org](http://www.archive.org)).

<sup>19</sup> Nous remercions les participants du colloque pour leurs intérêts et leurs remarques érudites, et spécialement Ricabeth Steiger, curateur au Schweizerisches Nationalmuseum – Landesmuseum Zürich pour son aide dans la recherche d'informations sur la société Liesegang.