

Jostein Gripsrud

Mary, Doug und die Moderne. Hollywood-Stars 1924 in Norwegen

2000

<https://doi.org/10.25969/mediarep/64>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Gripsrud, Jostein: Mary, Doug und die Moderne. Hollywood-Stars 1924 in Norwegen. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Jg. 9 (2000), Nr. 1, S. 29–45. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/64>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

https://www.montage-av.de/pdf/091_2000/09_1_Jostein_Gripsrud_Mary_Doug_und_die_Moderne.pdf

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Jostein Gripsrud

Mary, Doug und die Moderne

Hollywood-Stars 1924 in Norwegen

Eine zufällige Entdeckung

Historische Forschung ist an und für sich gut organisiert und sorgfältig geplant und sollte in Übereinstimmung mit bestimmten Zielvorstellungen und deutlichen methodologischen Prinzipien voranschreiten. Erkundungen in einem weithin unerschlossenen Gebiet wie der Geschichte der Filmrezeption sind hingegen abenteuerlich und stecken voller unvorhersehbarer Hindernisse und Entdeckungen. Eine solche Entdeckung ist das Ereignis gewesen, auf das ich während einer Aufführung von Werbefilmen aus der Zeit zwischen den Weltkriegen gestoßen bin und das dieser Artikel beschreiben will.

Eine Schokoladenreklame verwendete Dokumentarmaterial des triumphalen Besuchs von Mary Pickford und Douglas Fairbanks in Oslo,¹ Norwegens Hauptstadt, im Jahre 1924. Die öffentlich zurschaugestellte Massenbewunderung von Hollywoodstars, die das Material dokumentiert, schien eine kulturhistorische Dimension zu enthüllen, die in großen Teilen der Untersuchungen zu Theater, Literatur und Kulturpolitik der populären Massenbewegungen offenbar übersehen worden ist. Dieser Werbefilm zeigt nicht nur, daß Hollywood bereits ein wichtiger Bestandteil der norwegischen Alltagskultur war, er deutete auch direkt auf den Zusammenhang zwischen Film, Hollywoodfilmen insbesondere, und der sich entwickelnden Konsumkultur: Er versuchte, eine bestimmte Schokoladen-Marke zu verkaufen, indem er sie mit diesen Hollywoodstars in Verbindung brachte. Ein Blick in die Presseberichte zu diesem Ereignis offenbart noch eine weitere Dimension: seine eigentümliche Einschreibung in politische Diskurse und Konflikte dieser Zeit, gewissermaßen jenseits der intensiven sozialen und politischen Kämpfe, die in den Standardberichten der 20er und frühen 30er Jahre in Norwegen dominieren.

In diesem Artikel soll diese historische Begebenheit kontextualisiert werden. Gestützt auf zahlreiche Quellen will ich zeigen, daß Hollywoods vorherr-

1 Die Stadt hieß seinerzeit noch Christiania. Da der Name an die 400jährige Union mit Dänemark erinnert, wurde er ‚norwegisiert‘ und 1924 in den mittelalterlichen Namen des Ortes, Oslo, umgeändert. Diese Namensänderung der Hauptstadt ist ein Indikator für die starken nationalistischen Gefühle und Debatten in den 20er Jahren.

schende Position in den norwegischen Kinos nicht einfach und wahrscheinlich nicht in erster Linie auf reiner ökonomischer Macht und scharfsinnigen Geschäftsstrategien basierte. Grundlage für Hollywoods Erfolg war eher eine mehrfache Komplizenschaft mit sich entwickelnden Modi und Strukturen von Erfahrung, die an spezifisch moderne Formen des Lebens gebunden waren. Nach einer etwas eingehenderen Beschreibung des Oslo-Besuches skizziere ich einige Elemente der sozialen, kulturellen und politischen Situation Norwegens im Jahr 1924, um zu illustrieren, inwiefern der Besuch der Stars als etwas Außergewöhnliches betrachtet werden kann. Verweise auf das zeitgenössische USA-Bild und die Dominanz von Hollywoodfilmen im Repertoire norwegischer Kinos gehören ebenfalls in diesen Kontext. Meine Argumentation wird sich nicht zuletzt auf eine Analyse der Starimages von Mary Pickford und Douglas Fairbanks stützen, so wie sie in der norwegischen Presse anlässlich ihres Besuches in verschiedenen populären Filmmagazinen der späten 10er und frühen 20er Jahre erschienen.

Eine wahrgewordene Phantasie: Sechs Stunden und fünfzig Minuten Wahnsinn

Mary Pickford und Douglas Fairbanks waren viel auf Reisen. Nach dem Preserummel um ihre Heirat am 28. März 1920 folgten die Flitterwochen in Europa, während derer sie von gewaltigen Menschenmengen und in den höchsten Kreisen gleichermaßen gefeiert wurden. Der ungeheure PR-Effekt dieser ersten Reise war wohl der Grund, warum „Reisen mit Douglas zum alljährlichen Ritual“ wurden, wie Mary Pickford in ihrer Autobiografie schrieb (Pickford 1956, 275):

Jedes Frühjahr, im Sommer oder sobald ein neuer Film beendet war, wurden die Koffer gepackt und fort ging es auf eine neue Weltreise. Europa, Afrika, Japan, China, irgendwohin, es gab immer noch Gesichter und Orte, die Douglas nicht kannte (ibid.).

Auf ihrer Europareise 1924 trafen sie, mit dem Zug von Stockholm kommend, am 24. Juni in Norwegen ein. Ihre Ankunft in Oslo war selbstverständlich im voraus von der Presse bekanntgegeben worden, doch für das Verständnis ihres Besuches ist es fast noch bedeutsamer, daß sich hiermit eine langgehegte Wunschvorstellung der Filmfans und ihrer Magazine realisierte. Sowohl über die Hochzeit als auch über die Flitterwochen wurde in norwegischen Filmmagazinen berichtet, und man hatte schon lange vorher mit der Möglichkeit geliebäugelt, daß wenigstens einer der beiden Norwegen besuchen würde. Die Filmzeitschrift *Film og kino* (H. 9) brachte bereits 1918 ein Interview mit Mary

Pickford, das sie scheinbar in Oslo gegeben hatte. Das Interview war mit einigen raffinierten Fotomontagen (oder möglicherweise mit Bildern eines Doubles) illustriert, die den Star in bekannter Umgebung in Oslo zeigten. Dasselbe Magazin (H. 8, 1920) brachte in einem offenkundig fiktiven Artikel über ihre Hochzeitsreise – sie waren damals nicht in Skandinavien gewesen – recht detaillierte „Erinnerungen“ an einen gefeierten Besuch von Fairbanks und Pickford in Norwegen.

Das Paar wurde im Zug von Reportern und Fans getroffen, nachdem es soeben die Grenze zwischen Norwegen und Schweden passiert hatte. Außer für Reisende und für ein Dutzend Journalisten und Fotografen, darunter auch drei Filmfotografen, war der Bahnhof von Oslo geschlossen worden. Ein kleines Mädchen in Nationaltracht, das Mary Pickford Wildblumen überreichte, wurde zu einem wichtigen Bestandteil der Bildberichterstattung. Die Menge wartete vor dem Bahnhof und säumte die Straßen zu ihrem Hotel. Die Kommunikation zwischen den Berühmtheiten und der Menge reduzierte sich darauf, daß die Masse schrie und jubelte und die beiden Stars lächelten und winkten. Ein Reporter vermerkte, daß, als eine Frau auf norwegisch „Danke, daß Sie gekommen sind!“ schrie, die Stars zu ihrer Limousine vor dem Bahnhof gingen und Doug lächelnd „Ja, ja“ antwortete.

Kurz nach ihrer Ankunft im Hotel erschienen sie auf dem Balkon und winkten und lächelten weiterhin der Menge zu. Fairbanks hielt eine Ansprache, von der niemand viel verstehen konnte. Er sagte jedoch mehrmals „danke“, und auch Mary fügte ein „danke“ auf schwedisch hinzu, was sehr gut ankam. Anschließend hielt man eine Pressekonferenz in der Hotellobby ab, die eine Stunde dauerte. Eine Frage gab Douglas Anlaß, seine akrobatischen Fähigkeiten unter Beweis zu stellen: Sehr zum Erstaunen einer älteren französischen Dame, die dort saß, sprang er plötzlich elegant über ein Sofa. Einem Bericht zufolge war er im Begriff, einen Stunt an einem von der Decke hängenden Kristalleuchter zu absolvieren, als ein Blick seiner Schwiegermutter [sic!] ihn wieder in seinen Sessel zurückbrachte (*Dagbladet* v. 24. Juni 1924). Der Pressekonferenz folgte ein Essen in der amerikanischen Botschaft und Tee mit der königlichen Familie. Bevor sie schließlich mit dem Zug nach Kopenhagen abreisten, besuchten die Stars eine Sonder-Matinée im größten Theater der Stadt (Cirkus Verdensteater). Filmmaterial ihrer Ankunft in Kopenhagen, Stockholm und sogar vom gleichen Tag in Oslo wurde vorgeführt, gefolgt von der ersten Hälfte von Fairbanks' *ROBIN HOOD* (USA 1922, Allan Dwan). Dann trafen Fairbanks und Pickford ein und wurden mit drei Jubelrufen des Publikums begrüßt. Der bekannte norwegische Autor Johan Bojer, der Fairbanks zuvor in Hollywood getroffen hatte und dessen Bücher der Schauspieler angeblich auf englisch gelesen hatte, hielt

eine kurze Ansprache. Doug erfreute das Publikum daraufhin, indem er über die norwegischen Autoren Ibsen und Bjørnson und ihren Einfluß auf die amerikanische Literatur sprach, über Norwegens Schönheit und alte Kultur und über die Wikinger. Gerne würde er einen Wikingerfilm drehen. Mary bedankte sich erneut und sie gingen. „*Die Leute aber hatten das stolze Gefühl, etwas Einmaliges erlebt zu haben, es war wie ein Hauch aus der Ferne*“ (Morgenbladet v. 25. Juni 1924; Herv. J.G.).

Norwegen 1924

Mary und Doug kamen zu einer Zeit nach Norwegen, als die sozialen und politischen Spannungen, verglichen mit der ‚normalen‘ Situation in den traditionell relativ stabilen skandinavischen Ländern, extrem spürbar waren. Die norwegische Arbeiterbewegung galt seinerzeit als die radikalste in Nordeuropa, und die Arbeiterpartei war bis 1923 Mitglied in der Kommunistischen Internationale. 1921 spaltete sich ein rechter Flügel ab, und zur Gründung einer Kommunistischen Partei kam es, als sich eine immer noch revolutionär fühlende Mehrheit 1923 weigerte, die Führung Moskaus anzuerkennen. Diese Kämpfe innerhalb der Arbeiterbewegung fanden zu einer Zeit statt, als gravierende ökonomische Probleme Jahr für Jahr eine große Zahl industrieller Krisen hervorbrachten. Die allgemeine Haltung der industriellen Arbeiterklasse Norwegens war radikal, und die drei sozialistischen Parteien erhielten bei den allgemeinen Wahlen von 1924 33,3 Prozent der Stimmen. Verschiedene Versuche, die extremen rechten Gruppen und Bewegungen zu organisieren, waren seit Mitte der 20er Jahre zum Teil recht erfolgreich gewesen. In anderen Worten, das politische Klima war definitiv rauh.

Ein anderes wichtiges Moment der historischen Situation ist die Stärke nationalistischer Empfindungen und Ideologien. Die Arbeiterbewegung war entschieden internationalistisch geprägt. Bis in die Mitte der 30er Jahre boykottierte sie offiziell die Feierlichkeiten zum 17. Mai, dem norwegischen Nationalfeiertag. In allen anderen politischen und kulturellen Lagern existierte hingegen ein starkes Interesse an der Nationalkultur, was nicht zuletzt damit zusammenhing, daß Norwegen erst 1905 als unabhängiger Nationalstaat entstanden war. Nationalromantik war ein Kennzeichen der populären Literatur und der schmalen norwegischen Filmproduktion in den zwanziger Jahren (vgl. Myrstad 1994); Dougs Äußerungen während der Matinée mußten in diesem nationalen Kontext daher als schmeichelhaft aufgenommen werden.

Nationalistische Rhetorik beschränkte sich also nicht auf rechte Gruppierungen. Eine überwiegend ländliche, liberal-demokratische Bewegung befürwor-

tete *Nynorsk*, die sogenannte neu-norwegische Sprache.² Die Bewegung stützte sich auf Zeitungen, Journale, Verleger und ein eigenes Nationaltheater in der Hauptstadt. Sie hatte somit gewissermaßen eine semi-separate Öffentlichkeit geschaffen. Und auch die Arbeiterbewegung mit ihrem Netz an Organisationen und Druckmedien stellte in vielerlei Hinsicht eine solch semi-separate Öffentlichkeit dar: Aufgrund interner Rivalitäten war sie in den 20er Jahren organisatorisch zu schwach, ein Netz eigener Institutionen von der gewünschten Größe zu etablieren, das Bemühen darum jedoch war deutlich. Wie ein junger Sozialist es 1929 formulierte:

Indem wir uns unsere eigene Kultur erschaffen, erschaffen wir uns die Welt, wie die Arbeiterbewegung eine sein sollte – eine Welt, die im Gegensatz stehen muß zur Welt der Bourgeoisie, weil es sich aus der Sicht der Bourgeoisie anders denkt und fühlt (Gripsrud 1981, 200).

Diese beiden semi-separaten und teilweise oppositionellen Sphären von Öffentlichkeit versuchten jeweils so weit wie möglich, Leben und Erfahrungen ihres Publikums zu organisieren. Zu einem gewissen Maß waren sie damit erfolgreich. Mit der Elite der führenden Öffentlichkeit teilten sie die allgemeine Feindseligkeit einer transnationalen, zunehmend amerikanisierten Populärkultur gegenüber, die während des Ersten Weltkrieges eine Art Durchbruch erlebt hatte – schon 1916 äußerte sich der Parlamentarier der Arbeiterpartei Anders Buen zur vorherrschenden populären Unterhaltung als „spiritueller Tuberkulose“ (vgl. *ibid.*, 112). Versuche, eine ‚gesündere‘ Populärkultur zu konstruieren – eine national-populäre bzw. sozialistisch-proletarische – waren nur bedingt erfolgreich. Die meisten der jüngeren Mitglieder dieser Bewegungen erfreuten sich weiterhin an Filmen, Detektivromanen, Liebesgeschichten und der neuen, synkopierten Musik, die als Jazz bekannt wurde. Man kann gewissermaßen sagen, daß diese Formen der Populärkultur eine *vierte Öffentlichkeit* von der Art konstituiert haben, die der Soziologe Oskar Negt und der Filmemacher Alexander Kluge einst *Produktionsöffentlichkeit* nannten (Negt/Kluge 1974). Das Kino, so scheint es, war eine Institution, in der besonders jüngere Leute, Frauen und die Industrie-Arbeiterklasse *ihre* Lebenswelt wiederfanden, ihre Erfahrungen und Träume – die in den drei anderen öffentlichen Sphären weitgehend ignoriert, moralisch bewertet oder weniger verständlich behandelt wurden.

2 Diese Spielart des Norwegischen wurde auf Basis ländlicher Dialekte und im Blick auf das mittelalterliche Altnordisch gebildet und damit als wahrhaft ‚volksnah‘ und national dargestellt. Organisationen innerhalb der neu-norwegischen Bewegung hatten im ganzen Land Häuser für Kulturveranstaltungen zur Verfügung gestellt und gründeten eine besondere Schule für Jugendliche – die *folkehøjskole* [A.d.Ü.: „Volkshochschule“, doch mit der deutschen Einrichtung nicht ohne weiteres vergleichbar].

In dieser Situation starker sozialer und politischer Spannungen und einer allgemein negativen Haltung gegenüber einer kommerziellen Populärkultur, die in den drei Sphären von Öffentlichkeit oder kulturellen Lagern vorherrschte, stellt sich die Frage, wie es möglich war, daß Mary Pickford und Douglas Fairbanks so herzlich aufgenommen wurden – und dies von Zeitungen radikal verschiedener politischer Richtungen, von Leuten aller sozialer Klassen –, von der königlichen Familie bis zu den Arbeitern, die auf den Straßen jubelten? Die Gründe hierfür sind vielfältig, der primäre jedoch muß wohl der sein, daß die beiden Stars als Repräsentanten gemeinsamer Werte und Sehnsüchte wahrgenommen wurden: Freiheit und Modernität. Als Ausgangspunkt für die weitere Untersuchung dieser Wertegemeinschaft können die Medienberichte über den Besuch dienen.

Die Zeitungsberichterstattung

Zeitungen jeglicher politischer Couleur berichteten auf ihren Titelseiten mehr oder weniger enthusiastisch über den Besuch; ihre Einigkeit in der Berichterstattung über die Stars zieht mehr Interesse auf sich als die unterschiedlichen Nuancen in ihrer Haltung zum Film und zur Populärkultur im allgemeinen. Die führende konservative Zeitung (*Aftenposten*) entsandte einen Reporter, der den Zug bestieg, als dieser die Grenze überquerte. Die Zeitung brachte einen ausführlichen und detaillierten Artikel in der Abendausgabe über das Aussehen der Stars, darüber, was der Journalist an Gepäck gesehen hatte, Pickfords Make-up und Fairbanks Vorstellungen vom Film als Kunstform. Der Artikel enthielt Zeichnungen und Fotografien, und berichtet ebenso detailliert über die meisten Ereignisse nach ihrer Ankunft in Oslo. Es finden sich keinerlei Anzeichen eines herablassenden Tons gegenüber Film oder Filmpublikum, im Gegenteil: Der Journalist war offenbar selbst ein Fan. Am anderen Ende des politischen Spektrums brachte die – zumindest von ihrer Rhetorik her – revolutionäre Zeitung der Arbeiterpartei (*Arbeiderbladet*) einen sehr viel kürzeren Bericht auf ihrer Titelseite. Vom Tonfall unterschied sie sich jedoch nicht von den anderen Blättern. Der Artikel endet mit einigen Sätzen, die an die ideologischen Führer der Bewegung gerichtet zu sein scheinen:

Den beiden Filmstars wurde ein Empfang bereitet, der ihre Popularität auf der Leinwand deutlich beweist. ‚Lachen und Leben‘ lautet ihr Motto, und ihre Reise hat mit Sicherheit die Kraft dieses Mottos verstärkt (24. Juni 1924).

Eine rechtsorientierte Zeitung (*Tidens Tegn* v. 25. Juni 1924), später für ihre Sympathie mit Mussolini und anderen Faschisten bekannt geworden, begann

ihren Artikel mit der Behauptung, daß diese Stars keine wirklich großen, ernsthaften Künstler seien, fuhr dann aber mit einem detaillierten Bericht fort, dessen gelegentliche Ironie ein gewisses Maß an Enthusiasmus nicht verhehlen konnte. Eine liberale, gemäßigt radikale Zeitung (*Dagbladet*) wiederum signalisierte eine andere Perspektive auf Populärkultur, indem sie begann:

Zum hundertsten Mal wollen wir es absolut deutlich sagen, daß Leute, die Millionen zum Lachen bringen, sie Faszination erleben lassen und sie hin und wieder ein wenig glücklicher machen, genauso wichtig sind und unseren Respekt und Aufmerksamkeit verdienen wie der gelehrte Staubsauger [sic!], der langweilige Dichter oder die höchst unbedeutende Königliche Hoheit, die uns gelegentlich besucht (24. Juni 1924).

Letztere Zeitung ergriff somit die Gelegenheit, ihre Sympathie für das Kino und sein Star-System, das als Kontrast zur Langeweile und Insignifikanz offizieller, hierarchischer Kultur präsentiert wurde, zu unterstreichen. Allein dies deutet bereits auf zwei der Werte hin, die mit Fairbanks und Pickford assoziiert wurden: Sie repräsentieren das Gegenteil von Hierarchie und Langeweile, eine Form des *Egalitarismus* und eine *Vitalität*, die sowohl physischer als auch emotionaler Art ist. Auf Egalitarismus ist schon allein dadurch verwiesen, daß die beiden nicht nur in den USA, sondern auch in den norwegischen Zeitungen bei ihren Vornamen, Mary und Doug, genannt werden. Im norwegischen Kontext gesehen, kontrastiert dies deutlich mit der Gewohnheit, populäre Helden wie die Polarforscher Nansen und Amundsen mit ihren Familiennamen zu bezeichnen. Mary und Doug erschienen hingegen als ganz gewöhnliche Leute, denen sich die Menschen durch die überall zirkulierenden Fakten über ihr Privatleben, die Heirat und vorherigen Scheidungen, ihr Haus (das auch in Norwegen als ‚Pick-fair‘ bekannt war), ihre Hobbys und ihren ganzen Lebensstil verbunden fühlten. Der Gegensatz zwischen den Polarforschern und diesen Kinostars als öffentlichen Figuren ist beispielhaft für das, was Leo Löwenthal einst als generelle historische Verschiebung bei der Selektion derjenigen Menschen beschrieb, die in populären Magazinen der öffentlichen Aufmerksamkeit für Wert befunden werden. Löwenthal sprach von einem Übergang von den „Helden der Produktion“ – Selfmademen, Erfindern, Schriftstellern und Forschern – hin zu den „Helden des Konsums“ – Menschen, die hauptsächlich aufgrund ihres Lifestyles, der allgemeine Ideale und Ziele der entstehenden (oder schon etablierten) Konsumgesellschaft zum Ausdruck bringt, für interessant befunden werden (Dyer 1979, 45). Der Egalitarismus, den Mary und Doug repräsentieren, war mit anderen Worten einer der „gleichen Möglichkeiten“ im Ringen um den gestiegenen Konsum und um Gleichheit des Menschen in einer Freizeitsphäre jenseits

von Produktion und Arbeit, kein Egalitarismus im Sinne weitreichender sozialer Gleichheit.

Die starke dialektische Einheit zwischen dem Gewöhnlichen und dem Außergewöhnlichen machte natürlich, wie auch bei allen späteren Filmstars (vgl. z.B. Ellis 1982, 94), ein Grundprinzip des Verhältnisses zwischen ihrer Existenz auf und jenseits der Leinwand aus. Die Erfahrung ihrer außergewöhnlichen Abenteuer im Film war auch vom Wissen geprägt, daß sie ‚eigentlich‘ gewöhnliche Leute sind, die eben ein außergewöhnlich erfolgreiches Leben führen.

Die tatsächliche Erscheinung der Stars schien zu bestätigen, daß das vorgefaßte Bild von ihnen als gewöhnlich-außergewöhnlich ‚lebensecht‘ war. Ein Journalist äußerte:

Diesen glanzvollen Filmstars gegenüberzustehen, diese beiden lebendigen, höchst lebendigen Filmkünstler real zu sehen, hat keine Illusion zerstört. Sie sehen genauso aus, wie wir sie zu sehen gewohnt sind – Mary mit ihrem anbetungswürdigen Lächeln, ihren goldenen Locken, ihren wundervoll lebendigen Augen und Doug als das heroische Ideal unserer Zeit, gebräunt wie ein Indianer eines Stammes, dessen ehrwürdiger Häuptling er ist, mit seinen braunen, verschmitzten Augen, seinem eleganten Schnurrbart, den wir von Robin Hood und D’Artagnan kennen. Man müßte schon schrecklich blasiert sein, fühlte man sich nicht von Aufregung überwältigt, wenn man nur ein Paar Schritte von diesen beiden entfernt steht, die mit ihrer Filmkunst Millionen von Menschen in der ganzen Welt erfreuen! (*Dagbladet* v. 24. Juni 1924)

Es ist hier wichtig anzumerken, daß das gemeinsame Kennzeichen der beiden in ihren Augen gesehen wird – „lebendig“ bzw. „verschmitzt“.³ Beide Adjektive zielen auf ihre Lebendigkeit, Fröhlichkeit – oder Vitalität. Dougs Akrobatik während der Pressekonferenz und seine Klettereien auf dem Balkon vor den Augen der Massen waren deutliche Manifestationen seiner jungenhaften Energie, während beider ständig aufblitzendes Lächeln und Marys „wirkliche Tränen“ (einigen Zeitungen zufolge) beim Abschied in der Matinée ihre psychologische Vitalität, ihre „Offenheit“ und starke Emotionalität bezeugten.

Etliche Zeitungen bescheinigten Doug einen „jungenhaften“ und Mary einen „mädchenhaften“ Zug. Diese Kindlichkeit wurde als ein höchst charmanter Mangel an Disziplin wahrgenommen – eine ungehemmte Lebendigkeit, die sich den „unnatürlichen“ Verboten des „offiziellen“ öffentlichen Lebens (in Norwe-

3 Das Wort, das hier als „verschmitzt“ übersetzt wurde, ist *skoieraktig*, das auch mit „schelmisch“ wiedergegeben werden könnte. „Lebendig“ für Marys Augen ist der Versuch, *spillende* zu übertragen, das auch mit „verschmitzt“ oder „funkelnd“ übersetzt werden könnte [A.d.Ü.: Anm. v. J.G. im engl. Orig.].

gen) widersetzte. Doug beeindruckte während der Pressekonferenz die Journalisten nicht nur mit seinem Wissen und seiner „kräftigen, tiefen, männlichen Stimme“, auch wurden seine Worte „von temperamentvollen Gesten begleitet“: „Er schlägt sich auf Oberschenkel und Stirn, streckt plötzlich beide Arme aus – kurz, er gestikulierte wie ein Italiener und wirkte doch dabei nicht lächerlich“ (*Dagbladet* v. 24. Juni 1924).

Am Tag vor der Ankunft der Amerikaner in Oslo verwendete die wichtigste konservative Zeitung in der Ankündigung ihres Besuches als Überschrift die englische Phrase „Keep smiling!“. Fairbanks wurde als Erfinder dieses „Lebensprinzips“ [*leverage*] titulierte. Sein Buch *Laugh and Live* (1917) ist auch dem Journalisten bekannt, der sagt, es zeige, wie die meisten Probleme gelöst oder verringert werden können, wenn man ihnen mit einem herzlichen Lachen begegnet. Er weist noch darauf hin, daß ein Einkommen von einer Million Dollar jährlich jeden leichter lächeln ließe und schlägt einen Bogen zwischen dem Lächeln als „Lebensprinzip“ und dem ökonomischen Erfolg: Es könnte die norwegische Handelsbilanz verbessern, wenn mehr Menschen lernten, derart zu lächeln. Diese leicht ironisch gefärbten Bemerkungen, die humorvoll gemeint waren, deuten auf zwei weitere konnotative Elemente in Fairbanks Starimage, insbesondere: (ewiger) *Optimismus* und (zukünftiger) *Wohlstand*.

Aus der Sicht der Zeitgenossen repräsentierten Fairbanks und Pickford nicht nur *Egalitarismus*, *Vitalität*, *Optimismus* und *Wohlstand*, sie schienen tatsächlich diese Werte zu personalisieren, zu ihren ‚Inkarnationen‘ geworden zu sein. Die Zeitung *Dagbladet* verwendete dieses ursprünglich religiöse Konzept, als sie schrieb, es sei nur angemessen, daß das Wetter an diesem Tag so großartig war, da „die Sonne und das Lächeln“ in den beiden Stars „verkörpert sei“, die „zu uns aus ihrem hellen Heimatland gekommen sind“. Letztere Formulierung zeigt, inwiefern die beiden die USA metonymisch repräsentieren. Die an ihnen beobachteten Züge zählen zu den in der populären Vorstellung am häufigsten mit den Vereinigten Staaten assoziierten Werten.⁴

4 Diese Vorstellungen waren jedoch nicht allein von der amerikanischen Populärkultur geprägt, sondern hingen auch damit zusammen, daß Norwegen – nach Irland – jenes Land in Europa war, das den größten Teil seiner Bevölkerung infolge der bis in die 20er Jahre anhaltenden Auswanderungswellen an die USA verloren hatte. Seit 1866 hatten in drei Auswanderungswellen über 700 000 Norweger das Land verlassen, meist in Richtung auf die USA (Norwegen hatte 1924 rund 2,7 Millionen Einwohner). Da die meisten der norwegischen Familien über Verwandtschaft jenseits des Atlantiks verfügten, mag der Glauben an das Land der „gleichen Möglichkeiten“ an Vitalität, Optimismus und Wohlstand auch über diese Kontakte tradiert worden sein. Schließlich finden sich auch in der populären zeitgenössischen Literatur (etwa in Texten, die für die Amateurtheaterbewegung innerhalb der Arbeiterpartei geschrieben worden waren) Beispiele, an denen sich die Popularität der genannten Vorstellungen über die USA belegen lassen. Hans Østerholt etwa, Herausgeber eines beliebten Satiremagazins, hatte vier

Selbst für den enthusiastischsten unter den Reportern war jedoch das Eindrücklichste an der Begegnung mit Mary und Doug, sie als gewöhnliche Leute zu erleben:

Wir kamen als überzeugte Bewunderer ihrer Filmkunst und verließen sie wieder, nachdem wir eine angenehme Stunde voller Begeisterung für Mary und Doug verbracht hatten, *als Menschen*. Es gibt keinen Grund, die unbestreitbare Tatsache zu leugnen, daß die beiden im wirklichen Leben noch lebenswürdiger sind als auf der Leinwand. Beide strahlen die mysteriöse undefinierbare Substanz namens Charme aus. Man wird sehr weit fahren müssen, um so ein lebenswürdiges, unkomplizierteres und einfach verdammt nettes Paar zu finden (*Dagbladet* v. 24. Juni 1924; Herv. J.G.).

Mary und Doug in Filmmagazinen

Film og Kino⁵, das erste norwegische Magazin, das ausschließlich dem Film gewidmet war, kam erstmalig im Januar 1915 heraus und erschien monatlich bis zum Sommer 1922. Ein zweites Magazin mit Namen *Helt og skurk* („Held und Schurke“ [sic!]), erschien von Januar 1918 bis 1920, ein drittes, *Filmen og vi*, brachte sein erstes Heft 1919, die weiteren monatlich von 1920 bis 1932 auf den Markt. Obgleich relativ kurzlebig ist doch die Existenz von drei spezialisierten Filmmagazinen zur selben Zeit (1920) auf einem so kleinen Markt wie dem norwegischen bemerkenswert.⁶ *Film og Kino* konnte sich schon 1917 einer Leserschaft von 30.000 rühmen, seinerzeit einer stattlichen Anzahl. Was Papierqualität und Layout betraf, war es sehr elegant, reich illustriert mit Fotos und Zeichnungen und seit 1920 mit einem farbigen Starporträt auf dem Titelblatt.

Eine norwegische Spielfilmproduktion war so gut wie nicht vorhanden. Zwischen 1908 und 1920 wurden 21 Filme gedreht, in der Regel nicht mehr als einer bis drei pro Jahr.⁷ Mit anderen Worten: In den Kinetheatern (um 1914 ungefähr

Farcen verfaßt, die für Amateurtheateraufführungen der Arbeiterbewegung gedacht waren und u.a. auch auf das positiv konnotierte Bild des reichen Amerika-Heimkehrers zurückgriffen.

5 *Norsk Kinematograf-Tidende. Organ for filmindustrien og kinematogaferne i Norge* änderte im Februar 1917 seinen Namen in *Film og Kino*. Der ursprüngliche Titel, der daraufhin deutete, daß es sich um ein filmwirtschaftliches Magazin handelte, wurde bis zum Januar 1918 als Untertitel beibehalten, als das Heft sich zu einem vollentwickelten Fan-Magazin wandelte und einen neuen Untertitel annahm – *Film-Magasin*. Das Heft wurde bis zum Sommer 1922 herausgegeben.

6 Ein viertes Magazin, *Vor Tids Film*, erschien 1926 und benannte sich 1927 in *Film* um. Dieses teuer aussehende Magazin erschien bis 1930.

7 Nach der *Norsk Filmografi 1908-1979* (1980), sah die Produktion wie folgt aus: 1908: 1; 1911: 5; 1912: 3; 1913: 1; 1916: 1; 1917: 3; 1918: 3; 1919: 2 (wovon einer niemals öffentlich aufgeführt worden ist); 1920: 20.

20 in Oslo) wurden fast ausschließlich importierte Filme gezeigt. Amerikanische (insbesondere Actionfilme) und französische Produktionen scheinen schon vor dem Ersten Weltkrieg dominiert zu haben, was Berichte des amerikanischen Handelsministeriums bestätigen (vgl. Thompson 1985, 38). Trotz Handelsschwierigkeiten wuchs der amerikanische Marktanteil während des Ersten Weltkrieges (vgl. *ibid.*, 67). Die Hälfte aller Filme, die 1915 von der Zensurbehörde zugelassen wurden, waren amerikanischer Herkunft (vgl. Evensmo 1967); im folgenden Jahr konnten die Amerikaner ihre Dominanz auf dem norwegischen Filmmarkt u.a. mit eigenen Firmenniederlassungen (wie die Fox) weiter ausbauen. Der amerikanische Anteil an Spielfilmen in den Zwanziger Jahren lag schätzungsweise zwischen 63 und 70 Prozent (Thompson 1985, 129). Dies bedeutet eine spürbar größere US-Dominanz als in der Periode, die gemeinhin als durch und durch amerikanisiert gilt, 1945-1960: ‚Nur‘ 51 Prozent der in diesen Jahren in Norwegen gezeigten Filme waren amerikanischen Ursprungs (*Film og Kino: Årbok 1961*, zit.n. Knausgård 1993, 3).

Diese amerikanische Vormachtstellung wurde von den Filmmagazinen reflektiert und auch deutlich unterstützt. *Film og Kino* war schon sehr früh voller Werbematerial amerikanischer Verleiher. Dies war kaum verwunderlich, da die Firmen, die die meisten US-Filme importierten, gleichzeitig auch die Zeitschriften besaßen. Das eher kurzlebige *Helt og skurk* hatte Verbindungen zum norwegischen Filmproduzenten Peter Lykke-Seest und kritisierte die amerikanische Reklame schon in ihrer ersten Ausgabe 1918. Die Hervorhebung der gewaltigen Gagen und die mehr oder weniger sensationellen Geschichten über das Privatleben der Stars wurden für die Filme selbst als irrelevant betrachtet, auch wenn diese Hauptelemente des Star-Marketings gezwungenermaßen als wirkungsvoll anerkannt wurden, wenn es darum ging, das Publikum ins Kino zu locken. *Helt og skurk* druckte zwar weiterhin skeptische und kritische Kommentare zur amerikanischen Filmindustrie und der „Macht des Dollars“ (H. 4, 1918), während das Magazin dem deutschen, französischen und skandinavischen Film einige Aufmerksamkeit widmete; doch hatte es auch den Vorlieben des Publikums Tribut zu zollen. Es zeigte bisweilen auf dem Umschlag amerikanische Werbefotos, stellte regelmäßig amerikanische Stars vor und beantwortete widerwillig die Fanpost dieser Stars – wie des „ewig-lächelnden Doug“ (H. 5, 1918).

Die Darstellung von Douglas Fairbanks und Mary Pickford in den unterschiedlichsten Magazinen basierte weitgehend auf übersetztem amerikanischen Material. Demzufolge gab es grundlegende Übereinstimmungen in der norwegischen resp. amerikanischen Konzeption der Starimages. Bestimmte Formulierungen wurden direkt aus dem Englischen übernommen – „the ever smiling Doug“, „the world’s sweetheart“ (oft „sweatheart“ geschrieben) usw.

Der erste Auftritt Mary Pickfords in einem Magazin fand in *Film og Kino*, Heft 1, 1917 statt. Dort heißt es, sie würde „von Männern verehrt und von Frauen bewundert“, letzteres sei ein sicheres Zeichen, daß sie wirklich liebenswürdig sei. Sie sei „das bezauberndste kleine Ding“, das je auf der Leinwand zu sehen war. Sie sei die „Personifikation aller weiblichen Eigenschaften, die wir schätzen“, sie habe Jugend, Grazie, den süßesten kleinen Kirschmund und Augen so liebreizend und charmant, daß sie einen Grundbesitzer in Oslo bewegen könnten. Und eine höchst fähige Schauspielerin sei sie darüber hinaus auch noch.

Als Pickford das nächste Mal in diesem Magazin erschien (H. 6, 1917, 190f), geschah dies, um den jungen Frauen im Rahmen eines Interviews zu sagen, daß physische Schönheit nicht länger ausreiche, um Karriere beim Film zu machen. Da Film und Schauspielerei viel anspruchsvoller geworden seien, benötigte man nun schauspielerisches Talent und eine solide Ausbildung. Mit Eitelkeit und Exhibitionismus als Antriebskräften, Filmstar zu werden, war es allein nicht mehr getan. Dieses Interview zeigte Mary als erfahren und wohlüberlegt, ihr Aussehen spielte kaum noch eine Rolle. Auch in ihrem nächsten Interview für dieses Magazin (H. 3-4, 1918, 51-54) kommt dies zum Ausdruck. Die Filmkunst entwickle sich ihrer Meinung nach nicht weiter, weil es an wirklich guten Drehbuchautoren mangle und die Produzenten Angst hätten, etwas zu riskieren, was jenseits der gewohnten Pfade liege, so blieben sie an ihren wenigen Erfolgsrezepten kleben. Die wirklich *einzig* Ausnahme, so betont sie, sei D.W. Griffith. Alle anderen würden sich dem Publikumsgeschmack anbieten. Man spekuliere mit Stunts und Sensationen, wofür viel Geld investiert würde, ohne daß dies das künstlerische Ergebnis verbessere. Sie selbst müsse „immer wieder das junge Mädchen mit den Locken spielen. Und ich hasse diese Locken, ich kann sie wirklich nicht ausstehen!“ Sie sei gegen das ganze Starsystem, da es von den eigentlichen Filmen ablenke, positiv finde sie daran lediglich, daß sie soviel Geld verdiene.

Diese Zitate zeigen, daß Pickfords Starimage wesentlich komplexer war als das eines jungen Mädchens mit hübschen Augen, Locken und einem Kirschmund. Harte Arbeit, Erfahrung und die Fähigkeit, ihre Arbeit kritisch zu reflektieren, wurden stets hervorgehoben. Insbesondere nach ihrer Scheidung und der Heirat mit Fairbanks traf jene „Jugfräulichkeit“, von der u.a. Miriam Hansen spricht, nicht mehr auf ihr Image zu (vgl. Hansen 1991, 15).

Um ihren Spaß am Kinobesuch zu rechtfertigen, schrieb ein junger weiblicher Fan mit Bezugnahme auf Mary Pickford an *Film og Kino*:

Sie wird immer als Kind dargestellt, und nichts ist so gutmütig wie ein Kind [...]. Wir, die wir kein Zuhause haben, die alleine leben, niemanden haben, der uns nahe steht und uns liebt, wir haben das Gefühl, eine Art

Zuhause im Kino gefunden zu haben, wo wir Zeuge so vieler Freuden werden, Menschen sehen, arme Menschen, die mit dem Leben ringen, die sich voran arbeiten und das Glück finden. Nicht das Glück im Reichtum, aber das Glück, aus eigener Kraft vorwärtsgekommen zu sein. Wenn man nach Hause kommt, nachdem man einen Film von [sic!] Mary Pickford gesehen hat, muß man da nicht unweigerlich an ihre Arbeit denken, ihre Anstrengung und ihren Sieg? Und was wir selbst erreichen können? (H. 4, 1922).

Auch wenn dieser Text voller Klischees und kleinbürgerlicher Ideologien stecken mag, ist er doch auch ein Beleg für die Komplexität von Pickfords Starimage. Für diese Frau repräsentiert Pickford moralische Unschuld, harte Arbeit und eine Haltung, „es aus eigenem Antrieb zu schaffen“. Zwar sind dies kaum revolutionäre Werte, eine alleinstehende Arbeiterfrau jedoch kann sich mit ihnen durchaus identifizieren und bestätigt fühlen.

Auch über Douglas Fairbanks äußerten sich die Leser in Briefen an die Filmmagazine. Das Magazin *Filmen og vi* forderte 1919 seine Leser auf, ihre Gründe anzuführen, warum sie den Star so mochten. Fairbanks selbst sollte dann die „beste“ Zuschrift auswählen. Einige dieser Briefe von Frauen wie von Männern wurden veröffentlicht, und teilweise schrieb man auch auf englisch, so etwa diese Frau in ihrem Gedicht:

To my heart's idol Doug!
 Alway smiling, always glad,
 all admire such a lad.
 As to sporting never lazy,
 can't he make a girlie crazy?
 Oh so natural and free,
 he is quite exciting me!
 (*Filmen og vi*, H. 2, 1920, 24).

„Prinzipieller“ äußerte sich ein anderer Leser:

Warum ich Doug verehere? Weil Douglas Fairbanks der ideale Mensch der Zukunft ist. Er ist bis zum Leichtsinn mutig, seine Sprünge haben die Geschmeidigkeit einer Katze, er ist normal und nett. Er ist ein Vorbild für diejenigen, die das Leben für lebenswert halten und gerne lachen, er ist Amerikaner, er ist der Mann, der stets das tut, wozu er Lust hat, er spielt nicht in seinen Filmen, er lebt darin (*ibid.*, 25).

Im Grunde wiederholen die Briefe die gleichen Themen: Männlichkeit (verbunden mit Ritterlichkeit, vor allem bei den vielen weiblichen Briefautorinnen); physische Stärke und akrobatische Fähigkeiten, Geschmeidigkeit, um Vitalität

und Verschmitztheit auszudrücken; Optimismus und Humor (sein aufblitzendes Lächeln); Willenskraft und Entschlossenheit und interessanterweise eine erfrischende „Natürlichkeit“ und/oder Normalität („er spielt sich selbst“). Explizit wie implizit verbanden sich diese Eigenschaften mit seinem Amerikanertum, zu dem auch Geschwindigkeit gehörte: Amerikanisches Tempo [*amerikansk fart*, J.G.] war schon jenseits der Welt des Kinos zum Begriff geworden.

Zwei weitere Züge von Dougs Starimage sind ebenfalls von Bedeutung: Ein Element ethnischer „Andersartigkeit“ und seine intellektuellen Fähigkeiten. Mit skandinavischen Augen betrachtet, hängt ersteres mit seiner dunklen Hautfarbe zusammen, den braunen Augen und seinem schwarzen Haar. So wird er in einigen Texten sowohl mit Indianern als auch mit Italienern verglichen. Seine Ausstrahlung scheint durch dieses Maß an Exotik nur gewonnen zu haben, da sich hierdurch nicht allein sexuelle Vitalität vermittelte. (Daß Fairbanks, nicht gerade Inbegriff eines ‚WASP‘, ein bekennender Rassist war [vgl. May 1980, 112], scheint in Norwegen nicht bekannt gewesen zu sein, doch die Ironie dieses Umstandes hätte seiner Popularität wohl keinen Abbruch getan.)

Pickford und Fairbanks wurden zudem oft als „Denker“ porträtiert, als Menschen, die Ideen nicht nur über das Kino und die Filmkunst haben, sondern auch sonst über das Leben im allgemeinen reflektieren. Fairbanks publizierte mehrere Bücher, und in Interviews wirkte er durchaus kultiviert und literarisch gebildet. So zitierte er in einem Gespräch, das er vor seiner Ankunft in Oslo in Paris einer norwegischen Zeitung gab, längere Passagen von Walt Whitman (*Tidens Tegn* v. 31. Mai 1924). Während der bereits erwähnten Matinée in Oslo sprach er über Bjørnsons und Ibsens Einfluß auf die amerikanische Literatur. Dies erfüllte den Zweck, zu dem es wahrscheinlich gedacht war, nämlich seine Person (und seine Filme) zu nobilitieren und die Bewunderung seiner Fans zu legitimieren.

Zur „strukturierten Polysemie“ von Dougs und Marys Starimages

Richard Dyer führte in seinem Buch *Stars* (1979) die Idee ein, ein Starimage müsse als *strukturierte Polysemie* verstanden werden, d.h. als mehrschichtige und widersprüchliche Konstruktion, die so organisiert sei, daß sie die Vielzahl von Bedeutungen und Affekten, die ihr attribuiert sind, begrenze. Er hob auch die Notwendigkeit hervor, das komplexe Starimage auf ein spezifisches Publikum einer spezifischen Zeit zu beziehen, nicht auf die Gesellschaft im allgemeinen.

Auch wenn die Starimages von Doug und Mary in Norwegen und den USA über eine grundlegende Ähnlichkeit verfügten, unterschieden sich ihre Bedeutungen doch in den jeweiligen Kontexten. Die wichtigsten Unterschiede hängen mit

zwei Faktoren zusammen: Zum einen damit, daß das Amerikanische in Norwegen zwar eine besonders attraktive Form der Andersartigkeit, doch immer noch eine Form von Andersartigkeit darstellte. Zum anderen legte das unterschiedliche politische und soziale Klima der beiden Länder nahe, daß verschiedene Elemente der Starimages eine unterschiedliche Bedeutung oder Gewichtung erhielten.

Das norwegische Kinopublikum bestand überwiegend aus Arbeitern und unterer Mittelklasse, wobei Frauen dieser Gruppierungen wohl die Mehrheit bildeten. Die Art und Weise, wie dieses Publikum die Stars wahrgenommen hat, hing zusammen mit seiner sozialen Situation und dem vorherrschenden sozio-kulturellen Klima. Wenn dies der Fall ist, scheint die Annahme richtig, daß das Element der „Rebellion“ in beider Image, Marys Rollen der armen, doch willenstarken Figuren und der anti-snobistische Egalitarismus – das *regular guys*-Image, das beide verkörperten –, für ihre Popularität in den Milieus der Arbeiter- und der unteren Mittelklasse sehr bedeutsam war. Diese Milieus waren geprägt durch die starken sozialen Spannungen der Zeit, einen hohen Grad der Beteiligung an den Gewerkschaften, durch politische Organisation und die revolutionäre Rhetorik der Arbeiterbewegung. Dies macht die doppelte Partizipation sowohl an der Öffentlichkeit der Arbeiterbewegung als auch an der „Produktionsöffentlichkeit“ der kommerziellen Populärkultur mithin weniger widersprüchlich, als sie auf den ersten Blick scheinen mag.

Zugleich ist verblüffend, daß Mary und Doug auch Facetten von Lebenswelten und der Sehnsüchte von Publika repräsentierten, die keine der anderen kulturellen Formationen oder Sphären von Öffentlichkeit so direkt und überzeugend handhaben konnte wie die Populärkultur im allgemeinen und der Film im besonderen. Während die anderen Sphären von Öffentlichkeit dazu neigten, eher hochfliegende Ideale, und mindestens zwei von ihnen Kollektivität betonten (Nation, das Volk, die Arbeiterklasse), wandten sich das Kino und die Populärkultur an die Zuschauer als *Individuen mit Körpern und Sinnen* und einem ganz konkreten Interesse an einem *persönlichen Alltagsleben*. Sinnliche Freuden, physische Erregung, Sexualität und höchst verständliche Hoffnungen auf einen verbesserten materiellen Lebensstandard kamen in einem mächtigen Paket zusammen, das aus modernem Konsumverhalten, modernem großstädtischen Leben und den dazugehörigen Attributen und Werten wie Geschwindigkeit, Wandel, Varietät usw. geschnürt war.

Die Stärke der US-Filmproduktion in Norwegen hing nicht zuletzt damit zusammen, daß die USA von großen Teilen der norwegischen Bevölkerung als „konkrete Utopie“ (Ernst Bloch) betrachtet wurden, als der entfernte, aber real existierende Ort, an dem moderne Werte wie die oben erwähnten in größtem Maße realisiert wurden. Mir scheint, dies ist ein Faktor, der Hollywoods Vor-

herrschaft über den internationalen Filmmarkt im 20. Jahrhundert auf einer allgemeineren Ebene zu erklären hilft. Doch ist es gleichermaßen wichtig zu berücksichtigen, daß die Ästhetik des Hollywoodfilms Vorstellungen einer Moderne befördert hat, die diese als eine durch ‚Intensität der Erfahrung‘, ‚Selbstverwirklichung‘ usw. charakterisierte Ära konzipierten. Als Lew Kuleschow 1922 über die Krankheit „Amerikanitis“ schrieb, die das Publikum des populären Kinos schon 1920 in Rußland infiziert hätte, war seine Erklärung:

Der Erfolg amerikanischer Filme liegt im größten gemeinsamen Maß des Filmischen, in der Präsenz größter Bewegung und im primitiven Heroismus, in einem organischen Verhältnis zur Gegenwärtigkeit (1974 [1922], 128).

Mary und Dougs gefeierter Besuch in Oslo 1924 war auch ein Hinweis auf die Stärke von Hollywoods Filmästhetik. Auf mehr als eine Art hat dieses Ereignis dann in die Zukunft verwiesen.

Aus dem Englischen von Jan-Philipp Frühsorge

Literatur

- Dyer, Richard (1979) *Stars*. London: British Film Institute.
- Ellis, John (1982) *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Evensmo, Sigurd (1967) *Det store Tivoli* [Der große Vergnügungspark]. Oslo: Gyldendal.
- Fairbanks, Douglas (1917) *Laugh and Live*. New York: Britton Publishing.
- Gripsrud, Jostein (1981) *La denne vår scene bli flammen...’: Perspektiver og praksis i og omkring sosialdemokratiets arbeiderteater 1890-1940* [Laß unsere Bühne die Flamme sein...’: Perspektiven und Praktiken im Arbeitertheater der Sozialdemokraten 1890-1940]. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hansen, Miriam (1991) *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*. Cambridge, Mass./London: Harvard University Press.
- Knausgård, Yngve (1993) *Hva sier stjernene? En analyse av filmstjerner i Norge fra 1945 til 1960* [Was sagen Stars? Eine Analyse von Filmstars in Norwegen 1945-1960]. Magisterarbeit Universität Bergen, Medienwissenschaftliches Institut.
- Kuleshov, Lev (1974) Americanitis [1922]. In: *Kuleshov on Film. Writings by Lev Kuleshov*. Hrsg. v. Ronald Levaco. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press, S. 127-130

- May, Lary (1983) *Screening Out the Past: The Birth of Mass Culture and the Motion Picture Industry*. Chicago/London: The University of Chicago Press.
- Myrstad, Anne Marit (1994) Hero and Heroine in Two Norwegian Melodramas. In: *Histories of Moving Images: Reports from a Norwegian Project*. Hrsg. v. Jostein Gripsrud & Katherine Skretting. Oslo: The Norwegian Research Council, S. 74-84.
- Negt, Oskar / Kluge, Alexander (1974) *Offentlighet og erfaring* [Öffentlichkeit und Erfahrung]. Grenå: Nordisk Sommeruniversitets skriftserie, Nr. 3.
- Pickford, Mary (1956) *Sunshine and Shadow*. London/Melbourne/Toronto: William Heinemann Ltd.
- Thompson, Kristin (1985) *Exporting Entertainment: America in the World Film Market 1907-1934*. London: British Film Institute.