

Vanessa Lehmann

Richard Abel: Menus for Movieland: Newspapers and the Emergence of American Film Culture, 1913-1916

2016

<https://doi.org/10.17192/ep2016.4.6267>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Lehmann, Vanessa: Richard Abel: Menus for Movieland: Newspapers and the Emergence of American Film Culture, 1913-1916. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 33 (2016), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2016.4.6267>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Buch, Presse und andere Druckmedien

Richard Abel: *Menus for Movieland: Newspapers and the Emergence of American Film Culture, 1913-1916*

Oakland: UC Press 2015, 419 S., ISBN 9780520286788, USD 34,95

Richard Abel setzt sich in *Menus for Movieland* detailliert mit der Bedeutung auseinander, die Zeitungen für die Etablierung und Popularisierung des Films sowie für die kulturelle Praktik des Kinobesuchs hatten. In seinen Augen seien diese „instrumental in establishing and sustaining an increasingly ravenous popular American film culture“ (S.274). Seine Ausführungen bauen auf der Kernthese auf, dass die primäre Funktion der Zeitung in den 1910er Jahren darin bestanden habe, ein sogenanntes *menu* bereitzustellen, anhand dessen sich Leser_innen in der modernen Gesellschaft zurechtfinden und orientieren sollten (vgl. S.2). Zweck dieser *menus* sei die Entwicklung von „effective means to shape and sustain a mass public through local and regional newspapers“ (S.1), um neben den Produzent_innen, Filmverleiher_innen und lokalen Kinobesitzer_innen auch die Fans anzusprechen. Bestehend aus inhaltlichen Kurzfassungen, Kolumnen, Werbeanzeigen und fiktionalen Film-tie-ins, habe jenes nicht nur „a regular diet of information and gossip to feed fans’ desires and longings“ geliefert, sondern auch ein „interactive‘ forum for giving voice to their pleasures and displeasures, questions and anxieties“ (S.3).

Abel gliedert sein Werk in Kapitel, die durch thematisch passende Dokumente und *entr’actes* ergänzt werden und dadurch einen Einblick in das Forschungsfeld geben sowie ein Gefühl für die Zeit vermitteln. Der erste Teil „The Industry Goes to Town (and Country)“ zeigt, wie sich die Vermarktung der Filme von Flyern und Plakaten über die Fachpresse bis hin zu dem späten Einsatz von Werbeanzeigen und Artikeln sowie Filmrezensionen in (Tages-) Zeitungen entwickelte (vgl. S.22f.). Der inhaltlichen und formalen Gestaltung der Artikel widmet sich das zweite Kapitel „Newspapers Make Picture-Goers“. Die Aufmachung der Seiten „could differ greatly in whether their readers’ assumed interest was industry news and gossip, local information and programming, or a balance of these“ (S.78f.). Auch die „moviegoing experience, the films themselves, or the stars they featured“ (ebd.) seien unterschiedlich stark thematisiert worden. Eine Gemeinsamkeit aller Zeitungen stelle die ästhetische Ebene dar; vor allem Fotografien von Stars und Standbilder aus der Produktion, die die Aufmerksamkeit der Zuschauer_innen erlangen sollten, seien immer wieder vorzufinden (vgl. S.127).

Das dritte Kapitel „In Movie Land, with the Film Stars“ beschäftigt sich

eindrücklich mit den Kolumnen zahlreicher, fast ausschließlich weiblicher, Autor_innen. Insbesondere der „always personal, often professional, and generally apolitical gossip would more and more characterize newspaper columns from 1914 on“ (S.148). Dies habe auch den neuen Industriezweig als ein mögliches Arbeitsfeld für Frauen promotet (vgl. S.169f.). Des Weiteren hätten die Kolumnen dazu beigetragen, eine „nationwide community of like-minded fans“ (S.170) zu bilden und die Zuschauer_innen immer wieder in den Bann der Filmtheater zu ziehen. Das vierte Kapitel „Film Girls and Their Fans in Front of the Screen“ denkt diesen Gedanken weiter. Abel konstatiert, dass die Kritiker_innen die Leser_innen in Bezug auf das Verhalten im Filmtheater, die Bewertung von Filmen etc. trainiert hätten und ihnen somit die Rolle des „social reformer, presumed to ‚educate‘ audiences in proper public behavior“ (S.240) zukam.

Im Anschluss daran beschäftigt sich der Autor im letzten Kapitel „Edna Vercoe’s ‚Romance with the Movies‘“ mit den von Vercoe, einem jugendlichen Filmfan, angelegten und heute noch erhaltenen Sammelalben. Diese beinhalten Zeitungsartikel, Fotografien, Stills der Produktionen, ‚Klatschgeschichten‘ und viele weitere

Dokumente über *serials* und Filmstars zwischen 1914 und 1915. Sie verdeutlichen die Funktion der Stars als Vorbilder und zeigen: „[N]ewspaper and magazine ephemera arguably played a crucial role in the emergence of movie fan culture in the 1910s, and the ‚imagined community‘ of American film culture more generally“ (S.271f.).

Abel geht in seinen Ausführungen sehr detailliert vor, was den Vorteil hat, dass ein guter Eindruck von den entsprechenden Zeitungsartikeln und Kolumnen entsteht. Gleichzeitig erschwert die immense Ausführlichkeit das Lesen; störend sind zusätzlich große Sprünge zwischen den genannten Autor_innen und (Tages-)Zeitungen (vgl. bspw. S.81). Trotz kurzzeitiger Verwirrungen, wenn es darum geht, den roten Faden nicht aus den Augen zu verlieren, gibt Abel mit seinem Werk einen lebhaften Einblick in den Umgang mit dem ‚neuen‘ Medium Film zwischen 1913 und 1916 in den unterschiedlichen Rubriken der damaligen Zeitungen. Zugleich bietet er durch die zahlreich zitierten und angehängten Dokumente eine umfangreiche Materialsammlung, die zusammen mit Abels Ausführungen eine wichtige Grundlage für weitere Forschung in diesem Themenbereich darstellt.

Vanessa Lehmann (Marburg)