



Juliane Hornung

Ein Blick durchs Schlüsselloch?

Medien und Authentizität in der High Society-Berichterstattung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts

DOI (Artikel): <https://doi.org/10.14765/zzf.dok-2454>

in: Christoph Classen, Achim Saupe und Hans-Ulrich Wagner (Hg.), *Echt inszeniert. Historische Authentizität und Medien in der Moderne*, Potsdam 2021

DOI (Band): <https://doi.org/10.14765/zzf.dok-2422>

Archiv-Version des ursprünglich auf dem Portal *zdbooks* am 11.11.2021 mit der URL <https://zdbooks.de/echt-inszeniert-2021/classen-saupe-wagner-authentizitaet-medien-moderne> erschienenen Textes

*Dieser Text wird veröffentlicht unter der **Lizenz** Creative Commons BY-NC-ND 3.0 DE. Eine Nutzung ist für nicht-kommerzielle Zwecke in unveränderter Form unter Angabe des Autors bzw. der Autorin und der Quelle zulässig. Im Artikel enthaltene Abbildungen und andere Materialien werden von dieser Lizenz nicht erfasst.*

Juliane Hornung

Ein Blick durchs Schlüsselloch?

Medien und Authentizität in der High Society-Berichterstattung
in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts

Abstract

Der Beitrag widmet sich dem Spannungsfeld von Authentizität und Medien am Beispiel der New Yorker High Society und der Gesellschaftsberichterstattung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Im Zentrum stehen die New Yorker Millionäre Margaret (1902–1983) und Lawrence Thaw (1899–1965), die in den 1920er und 1930er Jahren um die Welt reisten und dabei neben zahlreichen Amateurfilmen professionelle Reisefilme mit der National Geographic Society und bedeutenden Hollywoodstudios drehten. Der Beitrag beleuchtet zum einen die narrativen und visuellen Authentisierungsstrategien der Gesellschaftsberichterstattung, die stets auf das scheinbare Privatleben ihrer Protagonist*innen abzielte. Zum anderen untersucht er, wie die Thaws eben diese Strategien in ihren Filmen reflektierten und in ein anderes Medium übersetzten. In diesem Zusammenhang stellt sich auch grundsätzlich die Frage, welchen spezifischen Quellenwert nicht-fiktionale Filme für die historische Forschung haben.

»[T]he possessors of the names that were news woke up on Monday morning, or sat up till the first editions of the *Daily Mirror* appeared Sunday night, to discover their most intimate secrets and emotions a matter of public knowledge [...] and were vastly flattered and gratified.«

(Beebe 1943, 78)

So charakterisierte der Reporter Lucius Beebe den Kern der neuen Gesellschaftsberichterstattung, die sich um 1900 in Nordamerika durchgesetzt hatte und in den 1920er und 1930er Jahren einen ersten Höhepunkt erreichte. Als profilierter Vertreter der Klatschpresse ließ Beebe es sich nicht nehmen, ironisch auf ein offensichtliches Paradox hinzuweisen: Die Massenmedien trugen intimes Wissen und persönliche Informationen über eine Gruppe von Menschen an die Öffentlichkeit, während die Betroffenen davon nicht etwa unangenehm berührt waren, sondern diese Enthüllungen sehnlich erwarteten.

Was in Zeiten von Social Media aus heutiger Perspektive zunächst wenig überraschen mag, war tatsächlich Ausdruck eines fundamentalen gesellschaftlichen, medialen und technischen Wandels. In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts etablierte sich in den Vereinigten Staaten eine neue soziale Formation, die im Gegensatz zur Upper Class des *Gilded Age* nicht mehr nur auf Vermögen basierte (vgl. Beckert 2001), sondern sich maßgeblich über massenmediale Sichtbarkeit konstituierte: die High Society.¹ In den 1880er Jahren verschob sich im amerikanischen Journalismus der traditionelle Fokus auf Politik und Wirtschaft, und die sogenannten *Society Pages* eroberten mit ihren Klatschgeschichten die *Tabloids* wie den erwähnten »Daily Mirror« ebenso wie die seriöse »New York Times«.

Diese Artikel beleuchteten nun regelmäßig einen sozialen Kosmos aus Liebschaften, Scheidungen, Partys, Konsum- und Freizeitverhalten und gaben Einblicke in das scheinbar ungestellte Privatleben ihrer Protagonist*innen (vgl. Ponce de Leon 2002, 47; Homberger 2002, 136ff.).² Im Zentrum der

1 Vgl. ausführlicher zur High Society: Juliane Hornung, Um die Welt mit den Thaws. Eine Medien-geschichte der New Yorker High Society in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, Göttingen 2020; online unter <https://edit.gerda-henkel-stiftung.de/die-thaws/um-die-welt-mit-den-thaws/> [10.08.2021]. Die Arbeit entstand im Rahmen des von der Gerda Henkel Stiftung geförderten und von Prof. Dr. Margit Szöllösi-Janze und PD Dr. Nicolai Hannig geleiteten Projekts »Die Thaws. High Society, Medien und Familie in den USA in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts«. Im zweiten Teilprojekt widmet sich Emanuel Steinbacher dem Medienskandal um Harry Thaw und dem »Crime of the Century«.

2 Ab den 1920er Jahren erweiterten dann das Radio und die Kino-Wochenschauen, die *Newsreels*, das mediale Ensemble.

Artikel standen vor dem Zweiten Weltkrieg vor allem die reichen Nachkommen der *Gilded Age*-Millionär*innen, an ihre Seite gesellten sich jedoch auch Nachtclubbesitzer*innen, Broadway- und Opernstars und nicht zuletzt die Klatschreporter*innen selbst. Zu eben dieser Gruppe zählten auch die New Yorker Margaret (1902–1983) und Lawrence Thaw (1899–1965). Die Familie Thaw stammte ursprünglich aus Pittsburgh, wo sie in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts in der Eisenbahn- und Stahlindustrie ein Vermögen gemacht hatte. Das Paar heiratete 1924, lebte auf der Upper East Side, und Lawrence verwaltete an der New Yorker Börse sein Erbe. In den 1920er und 1930er Jahren waren Lawrence und Margaret fester Bestandteil der regionalen und nationalen US-amerikanischen Gesellschaftsberichterstattung (vgl. Hornung 2020; dies. 2021).

Darüber hinaus reisten sie aber auch von 1924 bis 1940 durch die Welt und drehten zehn Amateurfilme in Europa, Amerika und Afrika sowie zwei professionelle Reisefilme in Afrika und Indien. In diesen Filmen reflektierten die Thaws ihre mediale Sichtbarkeit in der High Society und eigneten sich zugleich die Praktiken an, die ihre herausgehobene gesellschaftliche Stellung überhaupt erst begründeten. Dabei strebten sie über die Jahre immer größere Öffentlichkeiten und Publika an und arbeiteten gezielt an ihrem High Society-Status. In den Amateurfilmen bediente Lawrence die Kamera und filmte seine Frau, touristische Sehenswürdigkeiten, Landschaften, Grandhotels oder die luxuriösen Transatlantikdampfer. Auf die beiden letzten Reisen nach Afrika 1936/37 und Indien 1939/40 nahm das Paar dann jeweils einen professionellen Kameramann mit, kooperierte unter anderem mit der National Geographic Society und verkaufte Filmmaterial an Twentieth Century Fox und Universal. Hier rückten nun Angehörige anderer Ethnien in den Fokus, während beide Thaws gemeinsam vor der Kamera zu sehen waren.

Die Filme der Thaws eröffnen zwei vielversprechende Perspektiven auf das Spannungsfeld von Authentizität und Medien: Erstens rückt die Frage nach dem Wert von Filmquellen für Historiker*innen in den Fokus. Denn filmische und fotografische Bilder zeichnet es gerade aus, dass sie die ihnen zugrundeliegenden Apparate und Herstellungsprozesse nicht abbilden (vgl. Gugerli/Orland 2002, 9; Heßler 2005, 288). Dadurch suggerieren sie dem*der Zuschauer*in, durch den Rahmen des Bildes »in eine Welt zu schauen«, die die Kamera wirklichkeitsgetreu aufgenommen habe (Hickethier 2001 [1993], 57). Vor allem, da es sich bei den Amateurfilmen um Ego-Dokumente beziehungsweise bei den professionellen Reisefilmen um dokumentarisches Material handelt, spielen bei der Interpretation zeitgenössische wie heutige Authentizitätserwartungen und Authenti-

sierungsstrategien eine besonders wichtige Rolle. Im Kontext von High Society und Gesellschaftsberichterstattung ist es zweitens fruchtbar, sich dem Verhältnis von Authentizität und Medien über den Begriff der Privatheit zu nähern. Dieser Zusammenhang soll im Folgenden skizziert und an zwei Filmbeispielen veranschaulicht werden.

High Society im Spannungsfeld von Authentizität und Privatheit

Wer es auf die *Society Pages* schaffte – und damit zur High Society zählte –, entschieden vor allem die Ressortleiter*innen, Journalist*innen und Fotograf*innen. Die Angehörigen der High Society und diejenigen, die es werden wollten, verinnerlichten wiederum die medialen Regeln und passten ihr Verhalten an. Das machte die High Society offener und dynamischer als die reiche Elite des *Gilded Age*, sodass sich zunehmend eine Alternative zum sozialen Aufstieg über wirtschaftlichen Erfolg abzeichnete, den noch die Stahl-, Eisenbahn- und Öldynastien der Rockefellers, Goulds und Carnegies Ende des 19. Jahrhunderts verkörpert hatten. Die High Society löste die Upper Class dabei nicht einfach ab, noch ging letztere in der High Society auf. Beide gesellschaftlichen Gruppen bestanden weiterhin nebeneinander, wobei es insbesondere vor dem Zweiten Weltkrieg zahlreiche personelle wie institutionelle Verbindungslinien zwischen Upper Class und High Society gab. Die High Society entwickelte jedoch in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine zunehmende gesellschaftliche Prägnanz, während der Einfluss und die Legitimation der Upper Class abnahmen.

Zugleich war die Aufmerksamkeit der Massenmedien jedoch flüchtig, und der High Society-Status musste ständig aktualisiert werden. Gesellschaftlicher Auf- und Abstieg unter den massenmedialen Bedingungen des 20. Jahrhunderts, so wird hier deutlich, lässt sich deshalb nicht mit einem oberflächlichen Klassenbegriff analysieren, der nur ein statisches »Oben« und »Unten« kennt und ausschließlich auf Abgrenzung abzielt. Vielmehr gilt es, im Zusammenhang mit der High Society auch ein Spannungsverhältnis von »in« und »out« zu untersuchen. »In« zu sein, besaß dabei erstens eine räumliche Dimension, die sich konkret auf Innenräume und den Zugang zu ihnen bezog. Zweitens ging die Zugehörigkeit zur High Society mit einem ganz spezifischen »Insider«-Wissen einher, das die High Society drittens als besonders nahbar und zugänglich erscheinen ließ (vgl. Hornung 2020, 8 f.). Diese drei Aspekte führen den Zusammenhang von Authentizität und Privatheit in der Gesellschaftsberichterstattung

deutlich vor Augen: Die Klatschgeschichten suggerierten ihren Leser*innen, einen ungefilterten Einblick in den Alltag von »echten« Menschen in ihrem »natürlichen« Umfeld zu geben.

Nun ist Privatheit – wie Authentizität eben auch – eine zeit- und kontextgebundene Zuschreibung: Nichts ist natürlicherweise privat (vgl. Rössler 2011, 25). Vor diesem Hintergrund erweisen sich die drei »Grundtypen« (ebd., 19), denen die Philosophin Beate Rössler die unterschiedlichen Verwendungsweisen und Bedeutungsaspekte des Privaten zuordnet, auch für historische Arbeiten als anschlussfähig: Privat können erstens Praktiken sein (z.B. ob man in die Kirche geht oder welche Kleidung man trägt). Zweitens kann privat bestimmte Informationen über eine Person meinen (z.B. medizinische Daten oder wo und mit wem jemand lebt), während sich die dritte Bedeutung auf Räume bezieht (z.B. Schlaf- oder Badezimmer und deren Nutzungen) (vgl. ebd.).

Eben diesen Bereichen wendete sich die Gesellschaftsberichterstattung zu, wobei sich ein Unterschied zum *Gilded Age* abzeichnete. In diesem Zusammenhang lassen sich vier Punkte hervorheben, anhand derer auch die spezifische Historizität von Authentizitäts- und Privatheitsvorstellungen deutlich wird. Erstens blieben die *Society Pages* bis in die 1900er Jahre hinein noch recht förmlich und zurückhaltend (vgl. Beebe 1943, 78). Damit brach jedoch vor allem der erfolgreiche Verleger William Randolph Hearst in seinen Zeitungen, deren Autor*innen Ende der 1890er Jahre einen familiären Ton anschlugen, wenn sie über die reichen (vor allem New Yorker) Familien schrieben, und begannen, deren Mitglieder wie alte Bekannte beim Vornamen zu nennen (vgl. Ross 1936, 444). So waren auch »Mr. and Mrs. Lawrence Copley Thaw« für die Zeitungsleser*innen ganz selbstverständlich »Larry« und »Peggy«. Reporter wie Maury Paul und Walter Winchell prägten zudem eine saloppe Sprache, wenn es um die High Society ging, und etablierten einen vertraulichen »just between you and me«-Stil, der die Publika unmittelbarer ansprach (vgl. Brown 1947, 62; St. McKelway 1940, 84 f.).

Zweitens erlangten Journalist*innen Zutritt zu ehemals als privat markierten Räumen wie Häusern und Apartments, während zugleich die Bedeutung halböffentlicher Räume wie Grandhotels, Restaurants und Nachtclubs zunahm (vgl. Brown 1947, 178; Beebe 1943, 98). Auf diese Weise bildete sich ein Ensemble von materiellen Räumen aus, in denen sich die High Society sowie die Journalist*innen bewegen und scheinbar unverstellt interagieren konnten. Während darüber hinaus Abendveranstaltungen im *Gilded Age* noch durch äußerst exklusive Gästelisten streng geregelt waren (vgl. Montgomery 1998, 23 f.), zählte in den 1920er und 1930er Jahren immer mehr, dass am nächsten

Tag ein ausführlicher Artikel über die Tischdekoration, die Gäste und deren Kleidung in der Zeitung stand (vgl. Beebe 1943, 70; Hornung 2020, 80ff.).

Deren Autor*innen wiederum ließen keinen Zweifel daran, dass sie nicht nur räumlich »in« waren, sondern auch sozial zu den Insider*innen zählten und daher über besonders zuverlässige Informationen verfügten. Als Lawrence und Margaret etwa den Klatschreporter Maury Paul zur Einweihungsparty ihres neuen Park Avenue-Apartments einluden, verkündete dieser am nächsten Tag scherzhaft in seiner berüchtigten Kolumne: »›Peggy‹ and ›Larry‹ [...] take their lives in their hospitable hands [...] by inviting society ›to meet‹ the very man society wants to AVOID« (Brown 1947, 30). Dennoch schien es ein gelungener Abend gewesen zu sein, der Paul zufolge erst um vier Uhr morgens bei Kerzenschein mit einem Duett der Metropolitan Opera-Stars Lawrence Tibbett und James Melton endete (vgl. ebd., 31).

Damit verknüpft entstand auch eine neue Form der Fotografie: Noch bis in die 1920er Jahre hinein war es üblich, Portraits oder Halbportraits von High Society-Damen für die *Society Pages* im Studio aufzunehmen. Zunehmend setzten sich aber Bilder von Angehörigen der High Society durch, die sie auf Partys zeigten und dabei wie spontane Schnappschüsse wirkten. Den Abgebildeten schien die Aufnahmesituation hier angeblich gar nicht bewusst zu sein. Insbesondere der Fotograf Jerome Zerbe prägte diese neue Art der Fotografie und war damit so erfolgreich, dass er 1934 einen Bildband mit seinen Aufnahmen für die *Society Pages* herausgab (vgl. Zerbe 1934).

Bildunterschriften wie »Mrs. Lawrence Thaw [...] in the King Cole room of the St. Regis Hotel [...] was pictured intently engaged in conversation with Mr. Morris, one of her guests« verstärkten diesen Eindruck noch. Authentizität war damit nicht nur ein Prädikat, das die Medienschaffenden verliehen, sondern erforderte auch bestimmte Verhaltensweisen von den High Society-Mitgliedern wie etwa, bei diesen Aufnahmen den direkten Blick in die Kamera zu vermeiden.

Drittens rückten Informationen über das Aussehen vor allem der High Society-Damen in den Fokus der Berichterstattung. Dazu zählten Themen rund um deren Modegeschmack und Stilsicherheit. Die scharfen Blicke der Reporter*innen machten allerdings nicht bei der Kleidung halt, sondern zielten sogar auf den Körper selbst, und die Artikel bewerteten detailreich Form, Gewicht, Frisur und Nagelpolitur. Während Margaret meist für ihre Erscheinung gelobt wurde – »she represents the last word in sartorial elegance. Her hair is always beautifully done, her manicure is perfection and, all in all, she radiates ›chick‹« (New York American, 1937) –, mussten sich andere recht gehässige



Abb. 1: »New York Journal American«, [o. D., o. S.],
Privatnachlass Thaw,
Press Clipping-Sammlung

Kommentare etwa über angebliche Schönheitsoperationen gefallen lassen: »Fifi (Widner [sic!]) Holden To Get A Brand-New Nose By Plastic Surgery. [...] I have not heard just what type of nose Fifi selected – but when as she has such excellent taste in everything, I am inclined to believe it will be a 1932, or perhaps even a 1933 model« (Brown 1947, 170). Nicht nur ein sehr persönliches körperbezogenes Thema wie das Aussehen der eigenen Nase wurde hier zum Gegenstand des öffentlichen Interesses gemacht. Auch die ästhetischen Entscheidungen, die damit zusammenhingen, konnten ganz selbstverständlich vor den Zeitungsleser*innen diskutiert werden.

Viertens schließlich interessierte sich die Gesellschaftsberichterstattung nun brennend für Liebesbeziehungen. Verlobungen und Hochzeiten waren zwar bereits im *Gilded Age* berichtenswert, in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts ging es aber immer weniger um harmonische Ehen, sondern häufig um Affären, Beziehungsprobleme und Scheidungen. 1939 fasste Maury Paul die Entwicklung der letzten zwanzig Jahre, die er selbst wesentlich geprägt hatte,

folgendermaßen zusammen: »No longer is there any NEWS in the cut and dried fact that: ›Mr. and Mrs. John Jones gave a dinner at their residence last night.‹ [...] BUT – if it can be reported that Mr. Jones threw a plate at Mrs. Jones during the serving of dinner – ahem! That's NEWS« (ebd., 204 f.).

Zugleich nahm die Bedeutung von Ritualen ab, die im *Gilded Age* das Geschlechterverhältnis geregelt hatten: Der sogenannte *Coming Out*-Ball, der junge Frauen in die Gesellschaft und auf dem Heiratsmarkt eingeführt hatte, sowie die Funktion der Anstandsdame gerieten in den Hintergrund (vgl. Rech Rockwell 2010, 159; Montgomery 1998, 52 ff.). Ebenso waren Frauen nach der Hochzeit weniger an die häusliche Sphäre gebunden. Bereits in der Upper Class hatten viele Frauen freilich eine handlungsmächtige Position im familiären und öffentlichen Leben eingenommen, doch agierten sie in erster Linie an der Seite ihrer Ehegatten (vgl. Beckert 2001, 262).

In der High Society spielten dagegen – auch unverheiratete – Frauen zunehmend eine sichtbare und unabhängige Rolle, denn als Konsumexpertinnen und Trendsetterinnen bündelten sie das mediale Interesse wesentlich besser als ihre männlichen Partner. Das trifft auch auf die Thaws zu, deren High Society-Status als Paar maßgeblich von Margarets Auftritten abhing. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen lässt sich festhalten, dass Vorstellungen von Privatheit und die damit einhergehenden Authentizitätseffekte deutlich an Frauen, ihre Körper und Verhaltensweisen gebunden waren.

In der Gesellschaftsberichterstattung standen diese vier Aspekte nun selten für sich alleine, sondern entfalteten ihre authentisierende Wirkung insbesondere in ihrer Verschränkung. Dabei trug die sprachliche und räumliche Dimension vor allem dazu bei, ein verbürgtes Spezialwissen zu schaffen, das auf der Enthüllung von Geheimnissen oder auf der engen und intimen Beziehung der Reporter*innen zur High Society fußte. Den Publika bot sich damit entweder ein Blick durchs Schlüsselloch, oder die High Society öffnete gleich selbst die Türen. Das gesteigerte Interesse am Körper und an Liebesbeziehungen verfolgte darüber hinaus eine lebensnahe *Human Interest*-Perspektive, die anschlussfähig an die Erfahrungen vieler Zeitungsleser*innen war. Gerade der Fokus auf Probleme, Kritik oder Spott zeigte außerdem, dass die Gunst der Medienschaffenden wie der Publika unbeständig war und die High Society-Mitglieder ausgetauscht werden konnten. Auf der anderen Seite war es – zumindest theoretisch – jed*em möglich, aufgrund des guten Aussehens und eines aufseherregenden Ereignisses das Interesse der Massenmedien auf sich zu ziehen, sodass die High Society umso zugänglicher und dynamischer wirkte.

Die High Society entstand also nicht nur aus einer »Lust am Echten« heraus,

die der Medienwissenschaftler Martin Andree mit Blick auf Reality TV-Formate oder Popstars beschreibt und die bereits die *Human Interest*-Geschichten der Yellow Press kennzeichnete (2006, 498). Gerade als die Upper Class Ende des 19. Jahrhunderts in eine Legitimationskrise geriet (vgl. Beckert 2001, 320 ff.; Nasaw 2005, 133 ff.), stand die High Society für einen gesellschaftlichen Aufstieg, der sich weniger in unternehmerischen und in ökonomischen Kategorien, sondern aufgrund individueller Eigenschaften denken ließ.

Bemerkenswerterweise folgte die Berichterstattung über Hollywoodstars ähnlichen Prinzipien. Im Kontext der Authentizitätserwartungen lässt sich in den 1920er und 1930er Jahren allerdings ein wesentlicher Unterschied zur High Society erkennen: Den Hollywoodstars wurde oftmals vorgeworfen, selbst als Privatpersonen für die Medien auch nur Rollen zu spielen. Diese Kritik lag im Grunde nahe, schließlich hatte man es mit professionellen Schauspieler*innen und den Publicity-Abteilungen der großen Filmstudios zu tun (vgl. Gamson 1994, 35 ff.). Dagegen galt das Verhalten der High Society-Mitglieder stets als glaubwürdig, gingen diese doch keinem Beruf nach, sondern genossen bloß scheinbar unbeschwert ihre Freizeit. In dieser Unterscheidung manifestiert sich eine Verknüpfung von Beruf und Inszenierung einerseits und Privatperson und Authentizität andererseits (vgl. Ruchatz 2014, 381). Tatsächlich verschwamm mit der Ausformung der High Society diese Grenzziehung aber gerade, denn ihre Mitglieder professionalisierten zunehmend das eigene Leben etwa durch Engagements in der Werbung, der Modebranche oder im New Yorker Nachtleben (vgl. Hornung 2020, 13 f.). Mit ihrer Karriere vom Amateurfilm zum professionellen *Travelogue* bieten die Thaws dafür ein gutes Beispiel.

»A Motor Honeymoon« – Der Morgen danach

Der erste gemeinsame Film der Thaws entstand 1924 während ihrer Hochzeitsreise durch Europa. Vom 7. Mai bis zum 10. Juli fuhr das Paar samt Chauffeur und eigenem Rolls-Royce durch England, Frankreich, die Schweiz, Deutschland, Italien und Spanien. *A Motor Honeymoon* ist mit einer der ersten Amateurfilmkameras auf 16-mm-Sicherheitsfilm gedreht. Er dauert neunzig Minuten und befindet sich auf sechs Spulen. Zurück in Amerika ließen Margaret und Lawrence das Material schneiden und Texttafeln einfügen – eine Dienstleistung, die Kodak standardmäßig anbot (vgl. Eastman Kodak Company 1927, 33 f.). Jede Filmrolle endet mit dem Text: »One moment, please. While the film is changed.« Auch wenn sonst nichts über den Aufführungskontext bekannt ist,

liegt somit der Schluss nahe, dass die Thaws *A Motor Honeymoon* wie auch die späteren Amateurfilme im New Yorker Familien- und Freundeskreis zeigten. Dafür spricht auch, dass sie extra einen aufwendigen – und vermutlich teuren – Vorspann gestalten ließen, der sich aus mehreren gezeichneten Bildern zusammensetzte.

Während der Hochzeitsreise filmte Lawrence vor allem Margaret vor touristischen Sehenswürdigkeiten und Landschaften, aber auch gemeinsam mit amerikanischen Freund*innen etwa beim Weintrinken im Pariser Ritz oder während der Transatlantiküberquerung. Insgesamt sind die Szenen mit rund zwanzig Sekunden alle recht kurz. Der folgende Ausschnitt (siehe Video 1 auf Seite 332) ist mit einer Minute und zwanzig Sekunden somit die längste zusammenhängende Sequenz des Films. Er beginnt im Grandhotel »Bellevue« in Bern und zeigt die schlafende Margaret auf ihrem Bett liegend. Als sie nach wenigen Sekunden aufwacht und die Kamera bemerkt, hält sie sich erst abwehrend ein Kissen vor das Gesicht, steht dann jedoch auf, wirft einen unwilligen Blick in die Kamera und macht sich daran, aus dem Bild zu gehen. Die Aufnahme stoppt allerdings vorher. Daraufhin sieht man Margaret angezogen und frisiert im Bett sitzen und frühstücken, gefolgt von einer Aufnahme von Margaret mit Weinglas und Zigarette. Die letzte Szene zeigt sie schließlich im Auto, als sie vermutlich gegen ihren Willen gefilmt wird und wütend gestikuliert.

Um diese Szene als historische Quelle analysieren zu können, ist es sinnvoll, zunächst die gängigen Bezeichnungen für diese Art von Film zu beleuchten: Die Begriffe »Amateur«- oder »Privatfilm« beziehungsweise »amateur« oder »home movie« zielen auf die Machart, den Inhalt und den Verbreitungskontext dieser Quellen ab und unterstellen ihnen einen besonderen Wirklichkeitsbezug. Sie scheinen »naiv und unbedarft [...], unverbildet von Darstellungskonventionen, unabhängig von Vermarktungsinteressen« – mit anderen Worten: authentisch zu sein (Roepke 2006, 19).

Bereits der Vorspann von *A Motor Honeymoon* demonstriert jedoch, dass sich Amateur- und Profitum nicht trennscharf unterscheiden lassen. Mit Titeln wie »L.C. Thaw inc. presents«, »Lighting and Sonic Effects: Le bon Dieu« oder »Passed by the International Board of Nonsensership« spielten die Thaws selbstbewusst mit diesen Grenzen (Abb. 2–4). Nicht zuletzt nahmen sie dabei die Dienstleistung eines professionellen Trickfilmstudios in Anspruch. Damit verwiesen sie auf ihre eigene prominente Rolle in der High Society und rückten sich in die Nähe der Entertainmentindustrie und Hollywoods.

Diese Szene verknüpft nun fünf Aspekte des Privaten, die zeitgenössisch eine authentisierende Wirkung entfalteten und auch heute teilweise noch diese



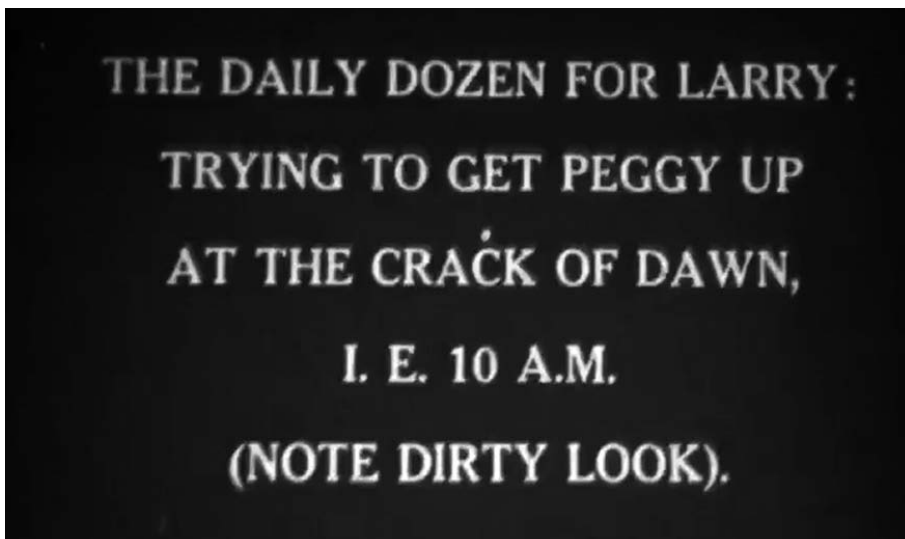
Abb. 2: Vorspann
Margaret and Lawrence
Thaw: *A Motor Honeymoon*,
USA 1924



Abb. 3: Vorspann
Margaret and Lawrence
Thaw: *A Motor Honeymoon*,
USA 1924



Abb. 4: Vorspann
Margaret and Lawrence
Thaw: *A Motor Honeymoon*,
USA 1924



Video 1: Ausschnitt aus *A Motor Honeymoon* (USA 1924, Margaret and Lawrence Thaw), 0:22:27–0:23:54



Effekte erzielen (vgl. Hornung 2020, 134 ff.). Verstehen lassen sie sich jedoch erst vor dem Hintergrund der Gesellschaftsberichterstattung der 1920er und 1930er Jahre. Erstens filmte Lawrence heimlich seine schlafende Frau, also als ihr die Aufnahmesituation nicht bewusst war. Damit nahm er eine voyeuristische Schlüssellochperspektive ein, die – wie erwähnt – auch die Fotos der High Society-Partys kennzeichnete. Diesen heimlichen Blick scheint eine der Bildtafeln im Vorspann geradezu programmatisch vorwegzunehmen: Eine Artistin im Kostüm führt hier eine Standwaage vor, während die Kamera offenbar unbemerkt hinter ihrem Rücken unter ihren Rock filmt (Abb. 3).

Zweitens gewährte der Film analog zu den Klatschgeschichten nicht nur einen Einblick in einen Wohnraum, sondern in *den* privaten Raum schlechthin – das Schlafzimmer. Umso pikanter macht diese Szene die Tatsache, dass es sich hier um die Hochzeitsreise des jungen Paares handelte und dieser Ort durchaus auch an eine gemeinsam verbrachte Nacht erinnern konnte. In einer Zeit, in der es für Frauen als unschicklich galt, außerhalb des Hauses keinen Hut zu tragen und der Rocksäum gerade erst unter das Knie hochgerutscht war, zeigt drittens die Kleidung – Nachthemd und Morgenmantel – den entblößten weiblichen

Körper bemerkenswert freizügig. Viertens mag es zunächst überraschen, dass der Film Szenen enthält, die einen Konflikt zwischen dem Paar offenbaren. Damit übernahm er aber gerade den Fokus der Gesellschaftsberichterstattung auf menschliche und vor allem auf Beziehungsdramen.

Fünftens hat hier auch die Kameraeinstellung eine spezifische Funktion: Indem Margaret »halbnah« und »nah« zu sehen ist, werden ihr Minenspiel, die wütenden Blicke und das Lächeln – also ihre Gefühle – genau sichtbar (vgl. Schultz 2003, 14). Auf diesen Umstand machen auch die später eingefügten Texttafeln noch einmal ausdrücklich aufmerksam mit: »Note Dirty Look«, oder »Good Humor Completely Restored«. Die Nähe der Einstellung stellt darüber hinaus auch eine Nähe zur dargestellten Person her. Denn zum einen lässt sich mit Thomas Macho festhalten, dass der Fokus auf das Gesicht oftmals intim und unmittelbar wirkt – »Gesichter simulieren Nähe« (1998, 172). Zum anderen kann man mit Erving Goffman argumentieren, dass der*die Zuschauer*in über den Blick der Kamera in Margarets »persönlichen Raum« eindringt, also gewissermaßen ihren Individualabstand überschreitet (1982 [1971], 56).

Worin liegt nun der Quellenwert dieser Szene? Hier ist es zunächst hilfreich, die Materialität des Mediums in den Blick zu nehmen und zu fragen, wie sie die Bedeutung des Films mitkonstituierte (vgl. Krämer 1998, 73). Bei der Kamera handelte es sich entweder um eine Ciné Kodak B oder eine Filmso 70 der Firma Bell & Howell, die jeweils 1923 auf den Markt kamen. Beide waren recht handlich (ca. 7 × 14 × 22 cm) und wogen mit eingelegter Spule rund 2,3 Kilo. Ein Federwerk trieb die Kameras an, das einmal aufgezogen ungefähr eine Minute lang lief und dabei sieben Meter Film belichtete (vgl. Kuball 1980, 103). Die Ciné Kodak B war zusammen mit einem Stativ, einem Projektor und einer Leinwand für 335 Dollar erhältlich (entspricht heute rund 4700 Dollar) (vgl. Kattelle 2003, 238). Eine Rolle des neuen 16-mm-Sicherheitsfilms mit 30 Metern kostete Anfang der 1920er Jahre sechs Dollar (heute rund 84 Dollar) und reichte für eine Drehzeit von vier Minuten (vgl. Kodak and Kodak Supplies 1928, 33). Bei schlechtem Licht – z. B. in geschlossenen Räumen – und bei Regen konnte überhaupt nicht gefilmt werden (vgl. Eastman Kodak Company 1927, 22 f.).

Schon aufgrund der kurzen Drehzeit und der hohen Kosten sowie der Einschränkung durch die Licht- und Wetterverhältnisse musste man sich vorher also genau überlegen, was wann und wo aufgenommen werden sollte. So ist es sehr unwahrscheinlich, dass Lawrence einfach spontan die Kamera laufen ließ. Vielmehr erforderte dieses frühe Filmen Absprachen und die koordinierte Zusammenarbeit aller Beteiligten (vgl. Roepke 2006, 111). Das wird beispielsweise sichtbar, wenn Margaret frühstückt oder Wein trinkt. Hier zeigt sie wiederkeh-

rende Handlungsmuster: Sie blickt direkt in die Kamera, lächelt und hantiert mit Gegenständen wie dem Geschirr, um die Aufnahme interessant zu gestalten. Beim Frühstück im Bett wird zudem deutlich, dass Margaret die Drehsituation erwartete, ist sie doch inzwischen trotz des Morgenmantels frisiert. Schließlich erzeugte das Aufziehen des Federwerks und Durchlaufen des Films Geräusche. Von diesen, so scheint es, wachte Margaret auf; die spezifische Materialität der Kamera erschwerte es also, eine Person unbemerkt zu filmen.

Schließlich suggerieren die Reihenfolge der Aufnahmen und die eingefügten Texttafeln, die einzelnen Szenen seien direkt nacheinander entstanden. Wahrscheinlicher ist es allerdings, dass mindestens einige Stunden zwischen Aufwachen, Weintrinken und der Autofahrt lagen.

Darüber hinaus gilt, dass es eine wesentliche Eigenschaft der Kamera ist, das Verhalten der Gefilmten zu beeinflussen, sofern ihnen die Aufnahmesituation bewusst ist. So war beispielsweise der in den 1920er und 1930er Jahren international aktive Fotograf Erich Salomon stets auf der Suche nach »berühmten Zeitgenossen in unbewachten Augenblicken« (Salomon 1978 [1931]). Salomon störte sich daran, dass die Abzubildenden, sobald sie bemerkten, im Fokus der Kamera zu stehen, »einen starren Gesichtsausdruck« bekämen. Für ihn machte dieses unechte »Photographiergesicht« die Aufnahme wertlos (ebd., 16). Dieser Ansicht war offenbar auch Lawrence, der seine Frau in den folgenden Jahren auf den gemeinsamen Reisen immer wieder schlafend filmte.

Dennoch bleibt diese Szene ambivalent, und es ist schwierig, sie anhand von Kategorien wie »gestellt« oder »ungestellt« beziehungsweise »inszeniert« oder »authentisch« einzuordnen. Schließlich war für Margaret, die geweckt wurde, durchaus ein gewisses Überraschungsmoment gegeben. Einerseits fiel sie in dieser Situation gerade nicht aus der Rolle, sondern verhielt sich dramatisch wütend, streckte theatralisch die Arme über den Kopf und blickte böse in die Kamera. Anstatt die Aufnahme zu boykottieren, lieferte sie auf diese Weise ebenso eine Handlung wie beim folgenden Frühstück. Andererseits ist es in den Amateurfilmen der Thaws äußerst ungewöhnlich, dass sich Margaret einer Aufnahme entzog, indem sie sich wie hier ein Kissen auf das Gesicht legte oder das Blickfeld der Kamera verließ.

Insgesamt lässt sich zum einen festhalten, dass der Film Privatheit insbesondere über den weiblichen Körper sowie über weibliche Emotionen visualisierte und Margaret dabei – wie in der *High Society* – als Protagonistin auftrat. Lawrence dagegen vollzog hier seine medial zurückgenommene Stellung in der Gesellschaftsberichterstattung nach und trat kaum selbst vor der Kamera in Erscheinung.

The Great Silk Route – Die Dusche wird zum Drehort

Im Juni 1939 traten die Thaws ihre letzte gemeinsame Filmreise an: Bis April 1940 fuhren sie mit einem luxuriösen Wohnmobil von Paris nach Indien. Hier entstanden die beiden rund achtzigminütigen Featurefilme *The Great Silk Route* und *India* sowie mehrere Kurzfilme für die *Newsreel*-Beiträge von Twentieth Century Fox und Universal Pictures sowie für die Unterrichtsfilmabteilung von Kodak. Bei den beiden Hauptfilmen handelte es sich um Farbfilme, die zudem im Studio mit einem Voiceover durch einen Sprechertext ergänzt wurden. Für dieses Großunternehmen engagierten Lawrence und Margaret mit John Boyle einen profilierten Kameramann, der sich bereits in Hollywood mit Spielfilmen und dokumentarischen Formaten einen Namen gemacht hatte.

Obwohl die professionellen Filme der Thaws nun eine wissenschaftliche Perspektive einnahmen und reklamierten, ethnologisches und geografisches Wissen zu produzieren, spielten die Lifestyle-Aspekte der Gesellschaftsberichterstattung dennoch nach wie vor eine zentrale Rolle. Eine Szene aus *The Great Silk Route* zeigt dies anschaulich. Hier sieht man erst Larry im Büro des Wohnmobils an der Schreibmaschine, daraufhin zeigt der Film einen Bediensteten des Paares in der Küche beim Cocktailmixen. Schließlich nähert sich die Kamera Peggy in der Dusche.



Video 2: Ausschnitt aus
The Great Silk Route
(USA 1940, Margaret and
Lawrence Thaw),
0:02:26–0:02:32;
0:05:16–0:06:35



Das Setting ist wieder ein als privat markierter Raum, nämlich das Innere des Trailers. So wie die Thaws High Society-Reporter*innen in ihr New Yorker Apartment einluden, gewährten sie auch ihrem Kameramann Zutritt zu ihrem Wohnmobil. Hatte Lawrence bereits 1924 den Reisealltag filmisch festgehalten, nahm nun John Boyle diese Rolle ein. 1939 war das Schlafzimmer aber offenbar nicht mehr privat genug, und man wendete sich dem Badezimmer zu. Der Blick hinter den Duschvorhang war dabei eindeutig gegendert und richtete sich auf den nackten Frauenkörper, der die Klimax der Szene darstellt.

Darüber hinaus standen hier persönliche Stil- und Geschmacksfragen im Vordergrund, etwa in Form der schicken Einrichtung oder der Cocktails. Die Martini- und Gin-Flasche prominent in den Fokus zu rücken, gewährte einen besonders detaillierten Einblick in die Konsumententscheidungen des Paares. Zugleich hatte diese Aufnahme einen finanziellen Hintergrund: Die Thaws hatten nämlich einen Vertrag zur Produktplatzierung mit den Herstellern abgeschlossen. Der Authentisierungseffekt des Privaten wirkte hier also nicht nur auf die unmittelbaren Konsument*innen, sondern ließ sich auch in eine subtile Werbestrategie ummünzen, die auf zukünftige Käufer*innen abzielte, die damit wiederum der High Society nacheifern konnten (vgl. Hornung 2020, 46, 329 f.).

In diesem Zusammenhang rückt noch einmal die Frage nach der Materialität, der Gemachtheit und den Drehbedingungen des Films in den Vordergrund. Die nun verwendeten professionellen Kameras, eine Eyemo von Bell & Howell und eine Mitchell der gleichnamigen Firma, liefen immerhin für viereinhalb Minuten (vgl. Raimondo-Souto 2007, 156). Dennoch schrieb Lawrence vor der Reise unumwunden in einem Brief an das britische Imperial Institute über seine Erfahrungen und seine Philosophie als Regisseur: »In *making* pictures, events just don't *happen*; they must be *made to happen*. The usual procedure is to stop in a place where a given event [...] is to be filmed; [...] write a rough script around it, select the actors [...]; rehearse them in their parts; and finally take the picture.«³ Das Ergebnis sollte dann »realistically and naturally (unstaged)« sein (ebd.).

Dass dokumentarische Filme die Vergangenheit nicht einfach widerspiegeln, sondern vielmehr zeitgenössischen Verfahren der Wirklichkeitskonstruktion folgen, ist in der historischen Forschung inzwischen unumstritten (vgl. beispielsweise Hohenberger/Keilbach 2003, 13 ff.). Welche Authentisierungsstrategien lassen sich also in dieser Szene identifizieren?

3 Lawrence Thaw an Harry Lindsay, New York 8.3.1939, National Archives Kew, Central Office of Information INF 17/24 [Hervorhebung im Original].

Am auffälligsten ist die Verwendung des Farbfilms. Was für heutige Sehgewohnheiten realitätsnäher als schwarz-weißes Material erscheint, war Ende der 1930er Jahre jedoch noch so neu, dass für die Zeitgenoss*innen eher das Gegenteil galt. So hält Amy Staples fest, dass *Travelogues* wie derjenige der Thaws erst dazu beitrugen, den Farbfilm mit der Wiedergabe von Wirklichkeit zu verknüpfen (vgl. 2006, 203). Der Off-Sprecher dagegen ermöglichte wohl tatsächlich ein dynamischeres und unmittelbareres Seherlebnis, da keine Zwischentexte mehr den Filmfluss unterbrachen (vgl. Benelli 2006, 181).

Analysiert man darüber hinaus die Kameraeinstellungen und -perspektiven, zeigt sich, dass die Anwesenheit des Kameramanns und die Drehsituation nicht mehr thematisiert wurden. Wendete sich Margaret in den Amateurfilmen noch direkt an die Kamera und Lawrence dahinter, scheint in *The Great Silkroute* niemandem mehr aufzufallen, dass sie*er gefilmt wird. Die Schlüssellochperspektive auf die schlafende Margaret weitete sich hier auf den gesamten Film aus, was zur vermeintlichen Natürlichkeit der Szene beiträgt.

Wiederkehrende Kameraperspektiven, die die Zuschauer*innen außerhalb des Sichtfelds der Gefilmten positionieren, verstärken diesen Eindruck noch. Beispielsweise blickt die Kamera Lawrence von hinten über die Schulter oder nähert sich der duschenden Margaret von unten. Gerade in dieser letzten und privatesten Einstellung betont der Off-Sprecher die Authentizität der Szene zusätzlich, indem er voyeuristisch festhält: »We sneaked up on Peggy in her shower just to show what it looked like in operation.« Hier zeichnet sich mit Blick auf *A Motor Honeymoon* und die 1920er Jahre eine Entwicklung ab: Der Wunsch nach Privatheit und Authentizität im Zusammenhang mit der High Society war inzwischen so groß, dass sich Margaret unter der Dusche filmen ließ und dabei auch noch so tat, als bemerke sie es nicht.

Fazit

Mit der Entstehung der High Society etablierte sich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts ein enger Zusammenhang zwischen Authentizität und Privatheit. Beide Begriffe nahmen in ihrer Bedeutung wechselseitig Bezug aufeinander und riefen Erwartungen an das jeweils andere hervor. Diese Verschränkung ist bis heute wirkmächtig – man denke nur an Reality TV-Formate wie *Big Brother* und die *Kardashians* oder ganz aktuell an Instagram- und YouTube-Stars. Der Blick durchs Schlüsselloch mag für die Mitglieder der High Society durchaus manchmal unangenehm gewesen sein und einen Kontrollverlust bedeutet haben.

Zumeist jedoch erwarteten sie ihn mindestens, wenn sie ihn nicht ohnehin selbst ermöglichten. In jedem Fall begründete die Verknüpfung von Authentizität und Privatheit den High Society-Status wesentlich und legitimierte zugleich die neue soziale Formation. Inwiefern diese Verbindung noch heute auf eine durchlässigere Gesellschaft und neuartige Karrierewege in den Medien verweist, bleibt freilich zu überprüfen.

Abschließend lassen sich zwei Punkte festhalten, die sowohl die Materialität als auch die Wirkung des Mediums Film in den Blick rücken: Erstens führte die Frage nach dem Quellenwert von fotografischen und filmischen Bildern im Kontext von Authentizitätsvorstellungen deutlich vor Augen, dass es unerlässlich ist, die Materialität der Medien und ihre technischen Voraussetzungen ernst zu nehmen und für die Analyse des Gezeigten zu berücksichtigen. Das Gleiche gilt für die Eigenschaften der Bilder, also die verwendeten Kameraeinstellungen- und -perspektiven, denn erst dadurch werden Authentifizierungsstrategien und -effekte beschreib- und analysierbar. Das gilt nun grundsätzlich für den Umgang mit visuellen Quellen, in diesem spezifischen Kontext erweist sich dieses Vorgehen allerdings als besonders ergiebig.

Zweitens wirkte die Kamera in den Filmen der Thaws tatsächlich wie eine vermittelnde Instanz: Was Lawrence und Margaret wohl kaum vor den Augen eines tatsächlich anwesenden Publikums getan hätten – im Bett zu frühstücken, zu streiten oder zu duschen –, wurde über den Umweg des Mediums Film zeigbar und gesellschaftsfähig. Somit garantierte erst das Medium auf paradoxe Weise, dass Privatheitsvorstellungen und Authentizitätserwartungen zusammenfielen und sich gegenseitig beglaubigten. Das gilt genauso für die Fotografien und Artikel der Gesellschaftsberichterstattung. Hier wird nun aber deutlich sichtbar, dass die Medien nicht nur *vermittelten*, sondern Authentizität und Privatheit überhaupt erst herstellten.

Filmografie

A Motor Honeymoon, Lawrence Thaw/Margaret Thaw, USA 1924 (Privatbesitz).

The Great Silk Route, Lawrence Thaw/Margaret Thaw, USA 1940 (Imperial War Museum, Film and Video Archive, MGH 6600/1-4).

Quellen

- Beebe, Lucius: *Snoot if You Must*, New York/London 1943.
- Brown, Eve: *Champagne Cholly. The Life and Times of Maury Paul*, New York 1947.
- Eastman Kodak Company (Hg.): *Instructions for Use of the Ciné-Kodak B Model f.6.5 Lens*, Rochester 1927.
- Kodaks and Kodak Supplies (1928).
- New York Journal American, Cholly Knickerbocker Says, 1937 [o.D., o.S.], Privatnachlass Thaw, Press Clipping-Sammlung.
- Ross, Ishbel: *Ladies of the Press. The Story of Women in Journalism by an Insider*, New York/London 1936.
- Salomon, Erich: *Berühmte Zeitgenossen in unbewachten Augenblicken* [1931], München 1978.
- St. McKelway, Clair: *Gossip. The Life and Times of Walter Winchell*, New York 1940.
- Thaw, Lawrence/Harry Lindsay, New York, 8.3.1939, National Archives Kew, Central Office of Information INF 17/24.
- Zerbe, Jerome: *People on Parade*, New York 1934.

Literatur

- Andree, Martin: *Archäologie der Medienwirkung. Faszinationstypen von der Antike bis heute (Simulation, Spannung, Fiktionalität, Authentizität, Unmittelbarkeit, Geheimnis, Ursprung)*, München 2006.
- Beckert, Sven: *The Monied Metropolis. New York City and the Consolidation of the American Bourgeoisie, 1850–1896*, Cambridge 2001.
- Benelli, Dana: *Hollywood and the Attractions of the Travelogue*, in: Jeffrey Ruoff (Hg.): *Virtual Voyages. Cinema and Travel*, Durham/London 2006, 177–194.
- Gamson, Joshua: *Claims to Fame. Celebrity in Contemporary America*, Berkeley/Los Angeles/London 1994.
- Goffman, Erving: *Territorien des Selbst*, in: ders.: *Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung*, Frankfurt a.M. 1982 (engl. 1971), 54–96.

- Gugerli, David/Barbara Orland: Einführung, in: dies. (Hg.): *Ganz normale Bilder. Historische Beiträge zur visuellen Herstellung von Selbstverständlichkeit*, Zürich 2002, 9–16.
- Heßler, Martina: Bilder zwischen Kunst und Wissenschaft. Neue Herausforderungen für die Forschung, in: *Geschichte und Gesellschaft* 31/2 (2005), 266–292.
- Hickethier, Knut: *Film- und Fernsehanalyse* [1993], Stuttgart/Weimar ³2001.
- Hohenberger, Eva/Judith Keilbach: Die Gegenwart der Vergangenheit. Zum Verhältnis von Dokumentarfilm, Fernsehen und Geschichte, in: dies. (Hg.): *Die Gegenwart der Vergangenheit. Dokumentarfilm, Fernsehen und Geschichte*, Berlin 2003, S. 8–23.
- Homberger, Eric: *Mrs. Astor's New York. Money and Social Power in a Gilded Age*, New Haven/London 2002.
- Horning, Juliane: Um die Welt mit den Thaws. Eine Mediengeschichte der New Yorker High Society in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, Göttingen 2020.
- Horning, Juliane: »Society is not made by society, but by its reporters«. Zur Medialität der New Yorker High Society in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, in: *Historische Anthropologie* 29 (2021), 229–252.
- Kattelle, Alan D.: The Amateur Cinema League and its Films, in: *Film History* 15/2 (2003), 238–251.
- Krämer, Sybille: Das Medium als Spur und Apparat, in: dies. (Hg.): *Medien. Computer. Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*, Frankfurt a.M. 1998, 73–94.
- Kuball, Michael: *Familienkino. Geschichte des Amateurfilms in Deutschland*. Bd. 1: 1900–1930, Reinbeck 1980.
- Macho, Thomas: Das prominente Gesicht. Notizen zur Politisierung der Sichtbarkeit, in: Sabine R. Arnold/Christian Fuhrmeister/Dietmar Schiller (Hg.): *Politische Inszenierung im 20. Jahrhundert: Zur Sinnlichkeit der Macht*, Wien/Köln/Weimar 1998, 171–184.
- Montgomery, Maureen E.: *Displaying Women. Spectacles of Leisure in Edith Wharton's New York*, New York/London 1998.
- Nasaw, David: *Gilded Age Gospels*, in: Steve Fraser/Gary Gerstle (Hg.): *Ruling America. A History of Wealth and Power in a Democracy*, Cambridge/London 2005, 123–148.
- Ponce de Leon, Charles: *Self-Exposure. Human-Interest Journalism and the Emergence of Celebrity in America, 1890–1940*, Chapel Hill/London 2002.

- Raimondo-Souto, H. Mario: *Motion Picture Photography. A History*, 1891–1960, Jefferson/London 2007.
- Rech Rockwell, Mary: *Elite Women and Class Formation*, in: Sven Beckert/Julia B. Rosenbaum (Hg.): *The American Bourgeoisie: Distinction and Identity in the Nineteenth Century*, New York 2010, 153–166.
- Roepke, Martina: *Privat-Vorstellung. Heimkino in Deutschland vor 1945*, Hildesheim/Zürich/New York 2006.
- Rössler, Beate: *Der Wert des Privaten*, Frankfurt a. M. 2011.
- Ruchatz, Jens: *Die Individualität der Celebrity. Eine Mediengeschichte des Interviews*, Konstanz/München 2014.
- Schultz, Tanjev: *Alles inszeniert und nichts authentisch? Visuelle Kommunikation in den vielschichtigen Kontexten von Inszenierung und Authentizität*, in: Thomas Knieper/Marion G. Müller (Hg.): *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*, Köln 2003, 10–24.
- Staples, Amy: »The Last of the Great (Foot-Slogging) Explorers«. *Lewis Cotlow and the Ethnographic Imaginary in Popular Travel Film*, in: Jeffrey Ruoff (Hg.): *Virtual Voyages. Cinema and Travel*, Durham/London 2006, 159–216.

URL der Online-Ausgabe (Open Access): <https://zdbooks.de/echt-inszeniert-2021/juliane-hornung-ein-blick-durchs-schluesselloch> [20.02.2022]

Lizenz: CC BY-NC-ND 3.0 DE; im Beitrag enthaltenes Bild-, Ton- und/oder Filmmaterial ist von dieser Lizenz nicht erfasst.