

Robert James, *Popular Culture and Working-Class Taste in Britain, 1930–39. A Round of Cheap Diversions?*, Manchester University Press, Manchester 2010, 268 S., geb., 60,00 £.

Die Erforschung der Populärkultur sieht sich vielen schwierigen Fragen gegenüber, doch die vielleicht komplizierteste ist, warum etwas populär wird. Dass jährlich mehr Filme an der Kinokasse scheitern als Erfolg haben, zeigt, dass es für Popularität kein Rezept gibt. Popularität ist eine Frage des Geschmacks, doch was diesen konstituiert, ist noch schwerer zu fassen. Die historische Forschung zur Populärkultur neigt dazu, Popularität als etwas Gegebenes zu akzeptieren und solchen Fragen aus dem Weg zu gehen. Robert James hat sich ihnen in seiner 2010 erschienenen Dissertation „Popular Culture and Working-Class Taste in Britain, 1930–39“ mit Blick auf das Arbeiterpublikum gestellt, aber nicht immer zufriedenstellende Antworten gefunden.

James wirft der Geschichtswissenschaft vor, Arbeiter bislang vor allem als passive Konsumenten eskapistischer Freizeitvergnügen betrachtet zu haben, ein Urteil, das er auf zeitgenössische Beobachter wie John. B. Priestly und Frank. R. Leavis zurückführt. Dagegen gelte es, die Arbeiter als bewusste Konsumenten zu betrachten, deren Nachfrage einen erheblichen Einfluss auf die populäre Kultur ausgeübt habe. Eine wohlfeile Forderung, die aber von den Cultural Studies, deren Hauptwerke und -theorien James in seiner Einleitung referiert, schon seit Langem aufgestellt und zum Teil auch eingelöst worden ist. Ebenso wenig haben Historiker das Publikum durchweg als passive Konsumenten betrachtet, so etwa in der Forschung über die Music Halls. Zudem sagt James wenig darüber aus, wie er diese Probleme zu erforschen gedenkt. Pierre Bourdieu etwa nennt er nur en passant, wenn er ihm vorwirft, die Arbeiterschicht ausgeblendet zu haben. Was er selbst dagegen unter „Geschmack“ versteht und wie er diesen methodisch greifbar machen will, bleibt diffus. Auch vermisst man eine Auseinandersetzung mit der schon existierenden Literatur, etwa mit John Sedgwicks Untersuchung „Popular Filmgoing in 1930s Britain“, die ganz ähnliche Fragen aufwirft.¹

Ein Vorzug von James' Studie ist hingegen, dass er sich nicht bloß einer einzigen Sparte der populären Kultur zuwendet, wie dies schon aus pragmatischen Gründen oft der Fall ist, sondern Kino und Unterhaltungsliteratur zusammen betrachtet. So zeichnet seine Arbeit zunächst die Ausdehnung des Kino- und Lesepublikums und die ‚offiziellen‘, erwartungsgemäß kritischen Einstellungen gegenüber diesen Trends nach. Einstellungen, die überraschenderweise von den Branchenzeitungen der Film- und Verlagsindustrie reproduziert wurden. Nachdem James in den ersten drei Kapiteln diesen Blick auf die Populärkultur herausgearbeitet hat, rekonstruiert er in den beiden folgenden auf breiter Quellengrundlage, etwa den Befragungen im Mass-Observation Archive, die Popularität von Filmen und Büchern auf nationaler Ebene. Hier liefert er aufschlussreiche Ergebnisse. So gab das britische Publikum schon in den 1930er Jahren amerikanischen Filmen den Vorzug vor einheimischen Produktionen, wobei das statistisch gesehen populärste Genre das Musical war. Interessant auch, dass diese Trends sowohl für die Mittel- wie für die Arbeiterklasse galten, eine Beobachtung, die James allerdings nicht weiter diskutiert.

Die sich anschließenden drei Kapitel sind als lokale Fallstudien zum Arbeiterpublikum in Wales, Derby und Portsmouth angelegt, die James im Anschluss an Bourdieu als „taste communities“ betrachtet. Sie sind in gewisser Hinsicht ein gelungenes Korrektiv zu dem vorangegangenen Teil, zeigen sie doch, dass nicht nur Klasse und Geschlecht den Geschmack beeinflussten, sondern dass es auch ausgeprägte lokale und regionale Unterschiede gab. Von Edgar Wallace beispielsweise, dem mit Abstand populärsten britischen Unterhaltungsschriftsteller der 1930er Jahre, fand sich in der Leihbibliothek des

¹ John Sedgwick, *Popular Filmgoing in 1930s Britain. A Choice of Pleasures*, Exeter 2000; zu nennen wäre außerdem noch Jeffrey Richards (Hrsg.), *The Unknown 1930s. An Alternative History of the British Cinema 1929–39*, London 1998, sowie ders., *The Age of the Dream Palace. Cinema and Society in Britain 1930–1939*, London 1984.

South Wales Miners' Institute lediglich ein einziger Roman. Diese Beobachtung könnte jedoch auch James' Ansatz geschuldet sein, der (abgesehen von den Branchenzeitungen) die Produktionsseite weitgehend ausblendet. Zu sehr geht James davon aus, dass die Konsumenten mittels ihrer Nachfrage das Angebot bestimmten. Dies war sicher ein wichtiger Faktor, doch waren die Anbieter nicht minder wichtig. Aufschlussreich ist dahingehend die Äußerung eines Bibliothekars des South Wales Miners' Institute, der sich an seine Enttäuschung darüber erinnert, dass die Schriften von Marx und Lenin ungelesen in den Regalen verstaubten. Möglicherweise waren die Romane von Wallace also deshalb nicht vorhanden, weil kommunistisch eingestellte Bibliothekare sie einfach nicht anschafften.

James' Erklärungen für den Erfolg oder Misserfolg eines Buchs oder Films sind oft sehr widersprüchlich. Die Anziehungskraft von „Metropolis“ auf das Arbeiterpublikum beispielsweise führt er auf „its depiction of the miners' city in the bowels of the earth“ (S. 89) zurück. Im folgenden Kapitel jedoch sagt er über das Desinteresse an einem Roman über arbeitslose walisische Bergleute: „Miners were hardly likely to want to read about their suffering“ (S. 148). Welche Erklärung ist nun richtig: Verlangte es die Bergleute nach einer Dramatisierung der eigenen Erfahrung oder nicht? Ein anderes Beispiel: Obschon James sich in der Einleitung gegen die Abwertung von populärer Kultur als Eskapismus ausspricht, bemüht er selbst häufiger eben diesen Begriff. So erklärt er den Erfolg amerikanischer Musicals in Derby damit, diese hätten die Arbeiter in eine andere, exotische Welt versetzt, nur um wenige Seiten später für eben dieses Publikum festzustellen: „They wanted to watch films that championed their experiences“ (S. 171).

Natürlich konnten unterschiedliche Filme (oder sogar derselbe Film) unterschiedliche Funktionen erfüllen, doch allzu oft spekuliert James bloß, welche Bedeutung ein bestimmtes Produkt in einer seiner „taste community“ hatte, ohne Belege anzuführen. Der Grund dafür ist primär in seinen Quellen zu suchen. Da sie überwiegend statistischer Natur sind, nur selten unterfüttert mit qualitativen Aussagen, die obendrein selbst wieder recht oberflächlich ausfallen, kann James zwar sagen, welche Filme und Bücher populär waren, doch die von ihm aufgeworfene Frage nach dem „Warum“ kann er auf diese Weise nicht beantworten. Davon abgesehen bleiben seine Fallstudien relativ blass, weil er kaum etwas über die konkrete Situation der Arbeiter in den drei ausgewählten Orten sagt.

Besonders im abschließenden Kapitel, in dem James vier ausgewählte Filme und zwei Bücher eingehender analysiert, tritt die Oberflächlichkeit seiner Interpretationen zutage. Ein Grund dafür ist, dass er Filme wie Texte versteht und meist nur auf der Basis einer knappen Inhaltszusammenfassung analysiert. Film ist aber nun einmal ein audiovisuelles Medium, bei dem Bild und Ton oft wichtiger sind als die Story. So lassen manche der von James zitierten Äußerungen von Arbeitern darauf schließen, dass amerikanische Filme deshalb ein so großes Publikum fanden, weil sie professioneller und spektakulärer inszeniert waren. Ein Beispiel dafür ist Frank Lloyds Film „Mutiny of the Bounty“ von 1935, für den James argumentiert, er sei bei den Mittelschichten aufgrund der gezeigten Disziplin und strikten sozialen Hierarchie populär gewesen, die Arbeiter hätten sich mit den Unterdrückten an Bord identifiziert. Sicher erklärt diese Interpretation, warum der Film bei verschiedenen sozialen Klassen Erfolg haben konnte, aber Belege, die diese Interpretation stützten, führt James nicht an. Möglicherweise lag die schichtübergreifende Anziehungskraft dieses Films vielmehr darin, dass er Stars wie Charles Laughton und Clark Gable als Hauptdarsteller aufwies und von Abenteuern an exotischen Schauplätzen handelte, also gute Unterhaltung garantierte.

Diesen kritischen Anmerkungen zum Trotz lässt sich auch manches lernen aus James' Studie. Lobenswert ist die Entscheidung, zwei Sparten der Populärkultur zueinander in Bezug zu setzen. Zwar konkurrierten Kino und Buch um die Aufmerksamkeit des Publikums, Verfilmungen aber führten den Verlagen mitunter neue Leser zu, wie James zeigt. Ähnliche Parallelen ließen sich für das Theater ziehen, denn viele der erfolgreichen Filmmusicals waren vorher im West End oder auf dem Broadway zu sehen gewesen. Während in der Vergangenheit Sparten und Genres oft gegeneinander ausgespielt wurden, wird die der Populärkultur inhärente Intermedialität die Forschung in den nächsten Jahren sicher noch stärker beschäftigen. Wertvolle Anregungen gibt James auch für die Erforschung des Publikums, zumal mit Blick auf die Breite des verwendeten Quellenkorpus und den Einsatz lokaler Fallstudien. Zu oft kreisen deutsche Untersuchungen zum Kinopublikum immer noch um die

einschlägige Untersuchung von Emilie Altenloh von 1914. Allerdings zeigt James' Studie, wie schnell die der Vergangenheit zugewandte Publikumsforschung doch nach allen Seiten hin an ihre Grenzen stößt.

Tobias Becker, Berlin

Zitierempfehlung:

Tobias Becker: Rezension von: Robert James, *Popular Culture and Working-Class Taste in Britain, 1930-39. A Round of Cheap Diversions?*, Manchester University Press, Manchester 2010, in: *Archiv für Sozialgeschichte (online)* 53, 2013, URL: <<http://www.fes.de/cgi-bin/afs.cgi?id=81393>> [25.10.2012].