

Annette Kuhn

SNOW WHITE in Großbritannien (1938)*

Der Film SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS feierte am 21. Dezember 1937 im Carthay Circle Lichtspieltheater von Los Angeles seine Weltpremiere. Er basierte auf einem Märchen aus der Sammlung von Jakob und Wilhelm Grimm, das 1812 in ihren *Kinder- und Hausmärchen* veröffentlicht worden war, und er war der absolut erste Animationsfilm von abendfüllender Länge. Seine etwa 84 Minuten Dauer waren die Frucht mehrerer Jahre kostspieliger Planung und Ausführung auf höchstem Niveau im Burbank Studio von Walt Disney.¹ Die Produktion, die hunderte von Künstlern und anderen Mitarbeitern beschäftigte, sowie die innovativen Animationstechniken und die eigens entwickelten technischen Geräte sollen 1.5 Millionen Dollar verschlungen haben. Für die damalige Zeit ein enormes Budget, sodass man das Projekt als eine Art gewaltiges Glücksspiel ansah, auf das Disney sich eingelassen hatte.

Aber SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS enttäuschte die Zweifler und erwies sich aus dem Stand als internationaler Hit: Laut Angabe der Branchenblätter entwickelte er sich zum weltweiten Bestseller des Jahres 1938 und hatte bis 1940 den einsamen Rekord von acht Millionen Dollar eingespielt. Schon 1938 gewann der Film den speziellen Biennale-Kunstpreis des Filmfestivals von Venedig; 1939 folgte der Spezialpreis der New Yorker Filmkritiker sowie der Ehrenpreis der Academy für Walt Disney. Im Lauf der nächsten fünf Jahrzehnte wurde SNOW WHITE in einer sorgfältig lancierten Kette von Neustarts (1943, 1952, 1958, 1967, 1975 und 1983) immer wieder weiteren Zuschauergenerationen nahegebracht. Eine «vollständig restaurierte» Videoverision, die ein Making-of enthielt, erschien

1 * [Anm. A.K.:]Der vorliegende Aufsatz geht auf eine «Raphael Samuel Memorial Lecture» zurück, die ich am Londoner Bishopsgate Institute im November 2007 gehalten habe. Die meisten der erwähnten Zeitzeugnisse aus dem Projekt *Cinema Culture in 1930s Britain* (CCINTB) können in den *Special Collections* der Lancaster University Library eingesehen werden.
British Film Institute, Library and Information Service, Special Collections, «Extracts from story conference. Notes relating to *Snow White and the Seven Dwarfs*. 26 July 1934 to 8 June 1937». Aus den Disney Archives, Burbank, California, kopiert von David R. Williams.

1994, und zur Zeit ist der Film als digitalisierte DVD-Ausgabe erhältlich, der dreistündiges Bonusmaterial auf separater DVD beiliegt.

Ich möchte im Folgenden untersuchen, unter welchen Umständen der Kinostart in Großbritannien 1938 vonstattenging und wie die Besonderheiten des britischen Rezeptionskontexts mit einigen Besonderheiten des Films zusammenwirkten, um spezifische Formen der Intertextualität und der Erinnerung zu generieren. Meine Befunde bauen auf meinem Forschungsprojekt zur britischen Kinokultur in den 30er Jahren auf, das Mitte der 90er Jahre begann und noch nicht abgeschlossen ist. Im Verständnis des Projekts schließt «die britische Kinokultur» nicht nur einheimische Filme mit ein, sondern auch ausländische Produktionen. Dabei wird die Kinoerfahrung als Teil des Gesamten an Aktivitäten und Praktiken des damaligen Alltags betrachtet, wobei die Kinokultur (oder die Kinokulturen) der 30er wiederum durch diese Alltagspraxis bestimmt war. Die Methode des Projekts bestand vor allem darin, zeitgenössisches Quellenmaterial der 30er Jahre zu sichten und mittels Interviews und Fragebögen Erinnerungen von Kinogängern der damaligen Zeit zu sammeln (vgl. Kuhn 2002). Der vorliegende Aufsatz kombiniert Daten und Befunde der früheren Projektphasen mit neuer Forschung, die sich spezifisch auf SNOW WHITE bezieht. Er untersucht den Film im Kontext der britischen Kinokultur der 30er und beruht wiederum auf einem Fragebogen, der anhand eines kleineren Samples von Männern und Frauen, die den Film seinerzeit sahen, Erinnerungen erhebt.

Die britische Uraufführung von SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS fand am 24. Februar 1938 statt, als Auftakt einer vorab nicht begrenzten Laufzeit mit sechs täglichen Vorführungen im ultraschicken New Gallery Cinema des Londoner West End. Wie später im Presseheft berichtet, verzeichnete man schon nach drei Wochen 150.000 Besucher. Der landesweite Start erfolgte jedoch erst nach mehreren Monaten, und es dauerte bis September desselben Jahres, bis SNOW WHITE allerorten in den Kinos anlief. Inzwischen hatten unzählige Rezensenten über das ganze Spektrum der britischen Presse hinweg unisono das Lob des Films gesungen. Der *Daily Mirror* fand ihn «ein Wunder – er wird jedem, der ihn sieht, sogleich ans Herz wachsen» (25.II.1938), und der *News Chronicle* nannte ihn «die bislang brillianteste Leinwand-Innovation» (22.II.1938). Laut *The Times* waren seine «Homogenität, Leichtigkeit und emotionale Innigkeit» nachgerade «magisch» (22.II.38). Der *New Statesman* bezeichnete ihn als «allerliebste und einzigartige Unterhaltung» (26.II.38), während Basil Wright ihm im *Spectator* bescheinigte, dass «drei Jahre der Antizipation und geschickt geschürter Erregung» (4. III.38) durchaus gerechtfertigt waren. *The Listener* nannte den Film «bemerkenswert, nicht nur in seiner Ausführung, sondern auch, weil es ihm gelungen ist, den Zeichentrickfilm auf die Ebene des abendfüllen-

den Spielfilms zu heben» (9.III.38), und das *Monthly Film Bulletin* des British Film Institute schrieb, «ihn zu sehen ist wie ein Blick ins Märchenreich» (Februar 1938, 44). Die Branchenpresse stimmte bei: Für den Kritiker von *Today's Cinema* entsprach SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS «der verzauberten Atmosphäre kindlicher Imagination in ihren frühen, prägsamen Phasen» (22.II.1938), während *Kinematograph Weekly* etwas pragmatischer von vorzüglicher Unterhaltung für alle Klassen, Generationen und Geschlechter sprach und von einer «einmaligen Chance für die Kinokassen» (24.II.1938). Auch in der Fanpresse wurde SNOW WHITE ausführlich behandelt und emphatisch gelobt; die Wochenblätter nannten ihn ohne Ausnahme «außergewöhnlich» und zählten ihn zu den besten Filmen des Jahres 1938.²

Das Publikum war augenscheinlich gleicher Meinung. Auch die Leser des *Film Pictorial* zählten SNOW WHITE zu den besten Filmen des Jahres, und für *Kinematograph Weekly* erwies er sich als der Kassenschlager von 1938. In einer Untersuchung der Freizeitaktivitäten von etwa 200 Schulkindern stand er an der Spitze der Lieblingsfilme (*Film Pictorial* vom 21.I.1939; Struthers 1939). Mit einem Wort, SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS war 1938 in jeder Hinsicht der populärste Film. Für ein britisches Lichtspieltheater – wie vermutlich für viele andere – erwies er sich als Überraschungserfolg, der nicht nur im Jahr seiner Erstaufführung an der Spitze rangierte, sondern in den 30er Jahren insgesamt (Kuhn 2002, 252). Bedenkt man, dass einer der signifikantesten Befunde der Erinnerungsforschung besagt, dass die Erinnerung an einzelne Filme eher selten ist, so haben sich sowohl der Kinobesuch als solcher wie Bilder oder Szenen aus SNOW WHITE einer erstaunlich großen Zahl von Zuschauern eingeprägt. Er steht auch in der vordersten Reihe der von den Befragten spontan ins Spiel gebrachten Titel – von Filmen, die man in den 30ern gesehen zu haben wusste und bei denen auch die Umstände des Kinobesuchs noch einigermaßen detailliert vor Augen standen. Auch in den Fragebögen wurde SNOW WHITE auf die Frage: «Erinnern Sie sich an Filme, die Sie besonders beeindruckt haben?» immer wieder genannt. Dabei ist jedoch zu bedenken, dass ihm im Unterschied zu den meisten Filmen, die vor der Zeit der Wiederaufführungen in Fernsehen, Video oder DVD herausgekommen waren, ein ausgedehntes Weiterleben im Kino beschieden war – und das könnte natürlich das Gedächtnis der Informanten aufgefrischt haben. Wie dem auch sei, es gibt ungewöhnlich lebhaft und detaillierte Erinnerungen

2 John Milford zählt im *Film Pictorial* vom 24.XII.1938 SNOW WHITE zu den besten Filmen des Jahres; im *Picturegoer* vom 17.VII.1938 erhält er vier Sterne (für «vorzüglich») und wird unter den außergewöhnlichen Filmen des Jahres aufgeführt; das Jahrbuch *Stars and Films of 1938* nennt ihn «einen der am sehnlichsten erwarteten Filme von 1938» (CCINTB 92-1-20c).

an SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS in den 1930er Jahren. Hier ein paar Beispiele:

Ich sah [SNOW WHITE]. Ich fuhr 1938 mit Dennis Porter mit dem Fahrrad nach Blackpool, und wir sahen den Film im Tower Ballroom. Der Eintritt kostete, wie ich glaube, 20 Pence – eine ruinöse Summe und der teuerste Kinostitz, den ich mir je geleistet hatte.³

Der Gemeindepfarrer, der gegen die Eröffnung des Ritz-Kinos protestiert hatte, erstaunte uns alle, als er die Kinder dazu einlud, SNOW WHITE auf seine Kosten am Sonntag Nachmittag anzuschauen [...]. Ich werde weder den Film noch die Großzügigkeit des Pfarrers je vergessen.⁴

Ich erinnere mich noch sehr gut an SNOW WHITE! Das war eine echte, eine größere Sache [...]. Ich glaube nicht, dass es bislang so etwas gegeben hatte. Und wo immer man ging und stand, da war auch SNOW WHITE, und alles war mit Bildern aus dem Film dekoriert. Und ich kann mich erinnern, dass ich auch Zeichnungen davon angefertigt habe, als Hausaufgabe für die Schule. Für eine ganze Weile war das eine ziemlich –, war das eine große Sache.⁵

Doch die britische Geschichte von SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS umfasst weit mehr als die Geschichte seiner flächendeckenden Vermarktung und allgemeinen Popularität. Die letzten Jahre der Dekade markieren eine Zeit des Übergangs in der Kinokultur des Landes, und es ist gut möglich, dass sich damals ein echter Umbruch in der generellen Haltung zum Kino und im Filmgeschmack vollzog (vgl. Kuhn 1996). Damals wandelte sich auch der offizielle und halboffizielle Diskurs über das Kino und seine Zuschauer – vor allem über das Kinderpublikum – in signifikanter Weise. Als SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS 1938 mit Fanfaren in Großbritannien empfangen wurde, klinkte er sich in eine Serie von Prozessen und Diskursen ein, die das Profil dieses frühen Blockbusters noch weiter steigerten und seine britische Rezeption zu einem besonderen Ereignis werden ließen. Die Karriere von SNOW WHITE in den 30er Jahren verknüpft verschiedene Plotlinien und involviert eine Anzahl von Diskursen, deren wichtigste ich hier untersuchen will: und zwar unter den Stichwörtern «Horror», «Hype» und «Heim».

3 CCINTB T94–9, Tom Walsh, Glasgow (damals 17 Jahre).

4 CCINTB 07–004, Doris M. Daly, London (1931 geboren und als Kind wohnhaft in County Leitrim, Irland).

5 CCINTB T95–94, Fred Cumick, Harrow.

«Horror»

Zwei Wochen, bevor SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS in die britischen Kinos kam, wurde bekannt gegeben, dass das British Board of Film Censors (BBFC) das Zertifikat «A» für den Film empfahl – was besagte, dass Kinder unter 16 Jahren nur in Begleitung Erwachsener eingelassen wurden. Dies deshalb, weil einige Passagen des Films als «alpträumhaft» und «für Kinder ungeeignet» betrachtet wurden (*The Times*, 7.II.1938). Diese Passagen betrafen Schneewittchens Flucht durch den Wald am Anfang, die Verwandlung der Königin in eine Hexe und den Tod der Hexe gegen Ende. Doch das Disney-Studio zeigte sich ungerührt von dieser Einschätzung und sah davon ab, den Film für den britischen Kinostart um die fraglichen Stellen zu kürzen (*Daily Herald*, 8.II.1938). Dennoch löste die Entscheidung der Zensur eine Diskussion in der hiesigen Presse aus.

Ein paar Tage nach Bekanntgabe der BBFC-Entscheidung am 12.II.1938 brachte der *News Chronicle* einen Denkanstoß zur Frage, «inwieweit Kinder vor solchem Terror geschützt werden sollten»: Man wies darauf hin, dass Terror auch genüsslich sein könne, aber «um Angst lustvoll zu erleben, müssen wir wissen, dass wir uns vor etwas Irrealem fürchten». Einige Kinder «vergessen sehr schnell, was fiktional ist und was nicht», fuhr der Text fort, «und wahrscheinlich ist der neue Disney-Film um dieser überempfindlichen Minderheit willen mit dem Zertifikat «A» versehen worden». Doch in der folgenden Woche, am 19.II.1938, gab ein anderer Autor oder eine Autorin der Zensurbehörde generell Recht, denn das visuelle Bild besitze die eigentümliche Macht, «durch seine Prägnanz und durch die Art, wie es Dinge übertreibt, die das Märchen lediglich skizziert, Angst auszulösen». Inzwischen hatte *The Times* vom 9.II.38 einen Leitartikel gegen das «A»-Zertifikat publiziert – nicht etwa, weil der Autor oder die Autorin den Film nicht furchterregend fand, sondern weil er oder sie glaubte, Kinderpsychologen stünden hinter der Entscheidung der Zensoren – eine Gruppe, die gewohnheitsmäßig von der Presse attackiert wurde. In einem Leserbrief an *The Times* nach dem Kinostart (1. März 1938) betonte Susan Isaacs, eine Kleinianische Psychotherapeutin und Kinderpsychologin am Institut für Erziehungswissenschaft der Londoner Universität, dass man bei der Erwägung, welche Filme für Kinder geeignet seien, präziser das jeweilige Alter berücksichtigen müsse. Isaacs befand den Film als «wunderbare Unterhaltung» für Kinder über sieben oder acht Jahre, nicht aber für jüngere, die, wie sie argumentiert, noch nicht zwischen «real» und «imaginär» unterscheiden könnten. Sie riet den Eltern, kleine Kinder nicht mit in den Film zu nehmen. Aus einer anderen Perspektive verteidigte der bekannte Kolumnist P.L. Mammock SNOW WHITE im *Daily Herald*, ihm ging

es um die künstlerische Qualität. Zwar räumte er ein, dass Kinder sich bei manchen Szenen fürchten könnten, «doch es wäre schade, diesen wunderbaren Film mit seinen exquisiten malerischen Experimenten in Schattengebung, Farbtönung, reflektierenden Lichtflecken und perspektivischer Darstellung zu kürzen» (21.II.1938).

Tatsächlich lief die Diskussion über Kinder und Kino schon seit einigen Jahren in Großbritannien und hatte in den späten 30ern bereits hohe Differenziertheit gewonnen. Seit den Anfängen des Kinos hatte die Wirkung von Filmen auf Kinder die Öffentlichkeit relativ ausgiebig beschäftigt, wobei sich die Diskussion zunächst auf mutmaßliche Schäden richtete, auf Überanstrengung der Augen, Müdigkeit und dergleichen, sowie auf die Auswirkungen des Kinos auf die Arbeiterklasse (vgl. Kuhn 1998, 120ff). In den 30er Jahren konzentrierten sich die Befürchtungen nun weniger auf negative *physische* Folgen als zunehmend darauf, was man als zuträglich für Kinder erachtete und wie das Kino ihre *psychische* Gesundheit beeinträchtigen oder, im Gegenteil, fördern könnte. Zu Beginn der Dekade hatte der Zyklus von angsterregenden oder «horrorifizierenden» Hollywoodfilmen die Gemüter bewegt (so etwa FRANKENSTEIN, DRACULA oder DR. JEKYLL AND MR HYDE, alle USA 1931), und Pressure Groups schalteten sich ein, die um das Wohl der Kinder besorgt waren. Sie bezweifelten vor allem die Wirksamkeit des A-Zertifikats und der Altersbeschränkung. Damals war die Zensurbehörde BBFC lediglich ermächtigt, Empfehlungen auszusprechen, nicht aber ihre Einhaltung durchzusetzen: Lokale Behörden hatten das letzte Wort, und ohnehin konnten Kinder leicht Mittel und Wege finden, um die Regelung, dass sie von Erwachsenen begleitet sein mussten, zu unterlaufen. Die Diskussion betraf vor allem die Rechte der Eltern und ihre Verantwortung, die richtigen Filme für ihre Kinder auszuwählen; problematisch war zudem, dass das Zertifikat von Erwachsenen oft bewusst ignoriert wurde. Welche Filme überhaupt für Kinder geeignet oder ungeeignet waren, stand im Mittelpunkt der Auseinandersetzung.⁶

Im Verlauf weniger Jahre hatte sich der Tenor der öffentlichen Meinung allerdings verschoben, und zwar von der Frage, inwieweit Kinder durch nicht-kindgerechte Filme zu Schaden kommen könnten, auf die Forderung, Filme speziell für Kinder zu produzieren und zu programmieren. Der bevorstehende Kinostart von SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS ließ jedoch frühere Sorgen über die psychischen Effekte angsterregender Filme wieder aufleben. Man machte sich einerseits Gedanken darüber, welche Rolle die Zensur oder die Zertifikatvergabe für den Schutz der Kin-

6 National Archives, HO45/17036/20, FCCC «Report to Home Office on Children and <A> Films», 21. Dezember 1932; HO-Zirkular «Children and <A> Films», 596,323/20, 6. März 1933.

der spielte, und überlegte andererseits, wie die Werbung für kindgerechte Filme aussehen sollte. Das Problem von SNOW WHITE bestand darin, dass er sowohl als angsterregend wie als kindgerecht empfunden wurde. Das vom BBFC empfohlene Zertifikat <A> sollte dieses Problem lösen. Doch es zeigte sich, dass viele lokale Behörden (auch die Londoner und die der Nachbargemeinden) die Empfehlung in den Wind schlugen und das Zertifikat <U> (für unbeschränkten Eintritt) vergaben.

Haben sich die jungen Kinobesucher der 30er Jahre wirklich bei manchen Szenen von SNOW WHITE gefürchtet? Zweifellos kam das vor, und obwohl der Film nur wenige solcher potenziell angsterregenden Passagen enthält und sie zudem ziemlich kurz sind, scheinen sich gerade diese Augenblicke tief ins Gedächtnis der Rezipienten gegraben zu haben. Auch wenn die Angst-Erinnerungen (im Gegensatz zu Erinnerungen an den Kinobesuch als solchen) nicht allzu zahlreich sind, werden sie doch mit viel-sagendem Nachdruck und plastischer Intensität geschildert: So vermögen sie vielleicht Einblick in die Art und Weise zu gewähren, wie das Kinogedächtnis, und vor allem das früheste, funktioniert (vgl. Kuhn 2002, 39-62). Allerdings müssen Erinnerungen an die Angst in SNOW WHITE nicht nur negativ gefärbt sein. Zum Beispiel erinnert sich der Filmkritiker Philip French, dass er 1938, als er den Film im Alter von fünf Jahren sah, «verzaubert, verängstigt und gebannt» war (*The Observer*, 18.X.1987). Eine Reihe von Antworten auf den SNOW-WHITE-Fragebogen bestätigen Frenchs Erinnerung: Joy Matthews zum Beispiel sah den Film bei ihrem allerersten Kinobesuch mit zwei Jahren, und sie weiß noch, dass sie sowohl begeistert war wie sich vor der Königin fürchtete.⁷ Bei anderen Zuschauern, die sich an frühe Kinoerlebnisse erinnern, ist eindeutig der damalige Horror – und die Bilder, die ihn auslösten – besonders präsent. Philip Barnsby erinnert sich, dass er für einen Achtjährigen ungewöhnlich empfindlich war. Er schreibt:

SNOW WHITE war von allen 30er-Jahre-Filmen am besten für meine zarte Jugend geeignet, doch selbst hier war mir die böse Stiefmutter gar nicht geheuer. Während meiner ganzen Kindheit scheine ich mich im Kino vor allem gefürchtet zu haben.⁸

Andere Erinnerungen an SNOW WHITE bekräftigen Susan Isaacs Rat, Kinder nicht zu früh der Filmerfahrung auszusetzen. Leonard Finegold und der Kinderbuchautor Alan Garner waren beide erst drei Jahre, als sie den Film sahen. Ersterer sagt:

7 CCINTB 07-002, Joy Matthews, Caerphilly (geb. 1936, lebte als Kind in Suffolk).

8 CCINTB 95-16-1a, Philip Barnsby (geb. 1930), Brief an CCINTB vom März 1996.

Ich kann mich noch gut an die (grüne?) Hexe/Stiefmutter/Königin erinnern, die aus dem Bild schaute. Ich rannte aus dem Kino. Meine Mutter hat erzählt, dass sie lange brauchte, um mich wieder einzufangen.⁹

Und Garner erinnert sich:

Ich war drei Jahre alt. Niemand hatte mir erklärt, was Kino oder was ein Film ist, und schon gar nicht, was ein Zeichentrickfilm ist. Und ich wurde in den größten Saal geführt, den ich je gesehen hatte [...]. Fünf Meter hohe Figuren türmten sich vor mir auf. Gezeigt wurde SNOW WHITE, und ich merkte, wie mir immer mulmiger wurde, bis zum Augenblick, als die Königin sich in eine Hexe verwandelt. Dann begann ich zu schreien und zu schreien und konnte gar nicht mehr aufhören. Meine Mutter rief eine Platzanweiserin, die mich hinausbringen sollte, und drückte mich in fremd riechende Arme hinter einem hellen Lichtstrahl, der mich blendete. Die Arme umfingen meinen sich sträubenden Körper und trugen mich hinaus, während meine Mutter sitzen blieb, um sich den Rest des Films anzusehen. Doch der Ausgang befand sich auf der Stirnseite bei der Leinwand, und ich wurde der riesigen, geifernden Hexe entgegen getragen, fort von aller Sicherheit, festgehalten von einer Person, die ich nicht sehen konnte, und die Hexe lachte dazu.

Zu Hause angekommen, bezog ich Haue, weil ich meine Mutter blamiert hatte. Danach begannen die Alpträume und haben nie wieder aufgehört. Die Hexe trägt das Gesicht meiner Mutter. (Garner 1990, 9)

«Hype»

Wie bereits erwähnt, bildete SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS während der Wochen vor dem Kinostart in diversen Sektionen der britischen Medien das Hauptthema. Die Fan-Magazine dürften seit Monaten oder sogar Jahren gewusst haben, dass etwas Außergewöhnliches bei Disney ausgebrütet wurde. Viele der Artikel betonten die neue kinematografische Technologie, die für den Film entwickelt worden war, besonders die multiplane Kamera, sowie die enorme Leistung, die abertausend Zeichnungen anzufertigen, welche für einen Animationsfilm dieser Länge erforderlich sind. Als der britische Kinostart näher rückte, wurden die Figuren des Films – vor allem die Zwerge – in der Fan-Presse in allen Einzelheiten vorgestellt. So widmet die Januar-Ausgabe des *Screen Pictorial* von 1938 SNOW WHITE drei Seiten, inklusive einer Handlungsangabe sowie Zeichnungen der Figuren mit genauer Namensnennung und individueller Charakterbe-

⁹ CCINTB 07-008, Leonard Finegold, Philadelphia (geb. 1935, aufgewachsen in Hackney, East London).

schreibung jedes einzelnen Zwergs; eine illustrierte doppelseitige Einlage im *Picturegoer* vom 25.XII.1937 betont die genialen Ton- und Farbeffekte und stellt wiederum die Zwerge einzeln vor (als «Eingeborene» des Disney-Studios); und weiter heißt es, »Wenn Sie Anfang nächsten Jahres den Film sehen, werden Sie feststellen, dass er sich, abgesehen von ein paar Kleinigkeiten, eng an das Märchen der Gebrüder Grimm anlehnt«. Ähnlichkeiten von Ton und Inhalt dieses Texts mit einem frühen Disney-Trailer (der den «Thrill ihres Lebens [...] in multiplanem Technicolor» verspricht) lassen vermuten, dass er auf die Werbeabteilung des Studios zurückgeht.

Andere Beispiele des Medienfeldzugs scheinen sich stärker an den Interessen und Vorlieben der Journalisten und der Leser orientiert zu haben. In den zwei Wochen vor dem Kinostart brachte der *Daily Mirror* zwei positive Artikel über die begeisterte Aufnahme dieses «liebenswerten» Films in den USA, deren einer von dem «einzigsten Mann in England, der SNOW WHITE bereits gesehen hat», stammte (10. und 17. II.1938). Andererseits äußerte ein Leitartikel in *The Times* die Meinung, die Gebrüder Grimm müssten sich im Grabe umdrehen (9.II.1938). Wie bereits erwähnt, wurde in diesen Wochen ja auch die Zertifikatempfehlung weithin in der Presse kommentiert. Kurz nach der Londoner Premiere strahlte BBC Radio landesweit ein Hörspiel aus, dem der Film zugrunde lag, und zwar dreimal innerhalb einer Woche, was eine bissige Kritik von Grace Wyndham Goldie im *Listener* vom 23.III.1938 zur Folge hatte. Doch angesichts des Films selbst schmolz jede blasierte Geste von Seiten des Establishments dahin. Selbst *The Times* gab zu, dass trotz seines «groben Humors» und der offenkundigen Attraktivität der Zwerge für «die dicken Männer in ihren Logen» SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS sowohl voller «Magie» war als auch Werktreue gegenüber dem Original der Gebrüder Grimm bewies (22.II.1938). Rezensionen in allen Zweigen der Presse und im Radio rangierten von Zustimmung – trotz gelegentlicher kleinerer Einschränkungen – bis zu äußerster, extremer Begeisterung. Die höheren Weihen erhielt der Film mit einer Meldung der *Times* vom 15.III.1938, dass die beiden jungen Prinzessinnen Elizabeth und Margaret zusammen mit erwachsenen Mitgliedern des Königshauses eine Privatvorführung des Films im Buckingham Palace genossen hatten.

Obwohl es damals üblich war, dass die Pressemappen der Verleiher Reklamevorschläge enthielten, übertraf das Material zu SNOW WHITE in Umfang, Sortiment und Reichweite alles Bisherige. Das Verhalten der BBC, sich in Form eines Schneewittchen-Hörspiels an den Reklamerummel anzuhängen, fand rasch Nachahmer. Kurz nach der Premiere brachte HMV eine Schallplatte mit Liedern aus SNOW WHITE heraus («aufgezeichnet mit allen Toneffekten»), deren Cover entsprechend bebildert war, und der Verlag Faber & Faber publizierte eine neue Übersetzung des Märchens

der Gebrüder Grimm. Eine veritable Lawine von Tie-ins, von Schneewittchen-Objekten aller Art, ergoss sich im Zuge dieser wohl ersten nationalen Werbekampagne, die mit filmbezogenen Konsumgütern arbeitete. SNOW-WHITE-Produkte der Marke «Disney», die in Lizenz in Großbritannien hergestellt und vermarktet wurden, waren zum Beispiel: Zahn- und Nagelbürsten, Keramik, Bakelit-Artikel, Laterna-Magica-Bilder, Papierservietten, Tischtücher, Luftballons, Lätzchen, Süßigkeiten, Modeschmuck, Kleiderstoffe, Malbücher, elektrische Lampen, Tapeten, Taschentücher, Kamine, Post- und Grußkarten, Kinder-Pyjamas, dekorierte Gläser, Handtaschen, gestickte Applikationen, Bleistifte, Federkästchen und dergleichen mehr.¹⁰ Eine Reihe meiner Informanten aus dem Projekt *Cinema Culture in 1930s Britain* erinnern sich, dass sie solche Werbeartikel zu Hause hatten. Barry Blains Schlafzimmer war mit entsprechenden Tapeten und Vorhängen geschmückt, und sein Vater schnitzte ihm ein Set von Schneewittchen und den sieben Zwergen. Blain fügt an, «und ich spielte die Platte unablässig». Joy Matthews besaß eine Schneewittchen-Puppe aus Zelluloid und eine Brosche mit Schneewittchen und den Zwergen. Ann Gray besaß die Schallplatte und eine aus Filz gefertigte Gruppe der Märchenfiguren.¹¹

In den sieben Monaten, die zwischen der Londoner Premiere und dem landesweiten Kinostart lagen, setzte sich die intensive Reklame für den Film und die Vermarktung der Tie-ins fort. Eine Pressemappe des Disney-Studios, die in London gedruckt worden war und sich an Kinobetreiber außerhalb der Hauptstadt richtete, enthielt einen Brief von Roy Disney. Er riet, die Werbung so zu gestalten, «dass jeder Mann, jede Frau und jedes Kind in Ihrem Einzugsgebiet erfährt, dass SNOW WHITE in Ihrem Theater läuft». Zahlreiche Werbematerialien konnten bezogen werden: Poster, Lobbykarten, animierte Szenen und andere Dekorationen für die Eingangshalle des Theaters, aber auch kindgerechte Objekte wie Masken oder Vorlagen für Malwettbewerbe.¹²

Derweil hatte sich eine Vorhut der Mass-Observation-Organisation, die 1937 mit dem Ziel ins Leben gerufen worden war, Informationen über alle Aspekte des britischen Alltagslebens zu sammeln, in der baumwollverarbeitenden Stadt Bolton («Worktown») etabliert. Sie sollte den Alltag

10 British Film Institute, Library and Information Service, Special Collection Snow White and the Seven Dwarfs, Auswertungs-Supplement (o.D.). Über 130 solche Artikel (darunter Keramik, Anstecker, Wandschmuck, Postkarten und Geburtstagskarten) sind im Bill-Douglas-Center für Filmgeschichte und Populärkultur an der Universität Exeter versammelt [<http://www.ex.ac.uk/bdc/>].

11 CCINTB 07-007, Barry Blain; CCINTB 07-002, Joy Matthews; CCINTB 07-003, Ann Gray, Beaconsfield (geb. 1931, aufgewachsen in Dublin).

12 British Film Institute, Library and Information Service, Special Collection Snow White[...], Auswertungs-Supplement.

der Einwohner und ihre Freizeitaktivitäten dokumentieren – unter denen der Kinobesuch an erster Stelle rangierte (Mass-Observation 1943; Spender 1982). Im April 1938 beantworteten mindestens 500 Besucher des neu eröffneten Odeon-Theaters einen Fragebogen zu ihren Filmpräferenzen; die Antworten enthielten mehrere spontane Hinweise auf den «sehnlich erwarteten» Film SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS (Richards/Sheridan 1987, 61). Die Einwohner von Bolton mussten sich allerdings bis November gedulden – einem Zeitpunkt, zu dem die Stadt fast vor Erwartung platzte. SNOW WHITE hatte am Freitag, dem 4. November, im Odeon Premiere (interessanterweise mit einem U-Zertifikat ohne Altersbeschränkung). Seit Montag derselben Woche hatte die *Bolton Evening News* täglich große Inserate auf der Frontseite gebracht: «Der größte Leinwanderfolg der Welt» sollte im Odeon lediglich eine Woche laufen, mit kontinuierlichen Vorstellungen von 12 Uhr mittags bis 18 Uhr und zwei Abendvorstellungen, für die man Karten reservieren konnte. Die wöchentliche «Cinema-Chat»-Kolumne derselben Zeitung berichtete, SNOW WHITE breche «alle Rekorde für das Odeon und habe die Vorbestellungen für den bisherigen Kassenschlager dieses Theaters, VICTORIA THE GREAT, schon übertroffen».

SNOW WHITES Start in Bolton war zweifellos auch für die Mass-Observation ein wichtiges Ereignis. Die Beobachter dokumentierten Unterhaltungen über den Film, die sie im öffentlichen wie im privaten Bereich mitgehört hatten. Diese besagten, dass, obwohl der Film sich eigentlich an Kinder richtete (die mit ihrer Begeisterung nicht hinterm Berge hielten), auch Erwachsene seine technischen und musikalischen Innovationen äußerst eindrucksvoll fanden. Ein Mass-Observator oder eine Observatorin zeichnete folgenden Dialog auf:

N: Warst du letzte Woche im Odeon, Percy?

Percy (Büroangestellter, 45 Jahre): Ja.

N: Wie hat es dir gefallen?

Percy: Na ja, einigermaßen.

J (35 Jahre): Tja, das war nichts Besonderes.

Percy: Aber mir hat imponiert, wie clever der Film war, verstehst du.

J: Jaja, die Musik hat mir auch gefallen. Aber ein bisschen zu lang war er schon.¹³

Ein anderer Mass-Beobachter sammelte Äußerungen in der Schlange vor der Premiere im Odeon, wieder ein anderer notierte neun Seiten von Zuschauer-Gelächter, das er mit der Stoppuhr getimed hatte. Der Besuch eines

13 University of Sussex, Mass-Observation Archive, Worktown Collection, Box 36, W36/F, SNOW-WHITE AND THE SEVEN DWARVES [sic!].

Beobachters oder einer Beobachterin in der Jugendabteilung der öffentlichen Zentralbibliothek von Bolton erbrachte, dass man schon hunderte von Nachfragen nach der neuen Faber-Übersetzung des Märchens entgegengenommen hatte. Das ursprüngliche Exemplar war bereits völlig zerlesen und musste ersetzt werden. «Viele Kinder warten darauf», hieß es. Die Läden quollen über von SNOW-WHITE-Artikeln. Ein Schreibwarengeschäft hatte Kalender und Keramikfiguren von Zwergen und Tieren im Schaufenster; ein Tapetenladen stellte eine Szene aus dem Film aus (die Mass-Observer-Aufzeichnung enthält eine Bleistift-Skizze) sowie «Laubsäge-Figuren, die man im Kinderzimmer an die Wand heften kann, etc». Ein Blumenladen verkaufte Gartendekoration und ein Juwelier stellte ein Armband aus, «an dem die sieben Zwerge baumelten wie kleine Amulette». In der Markthalle am Tag nach der örtlichen Premiere «hatte Grimshaws Stand [...] eine Preisliste der SNOW-WHITE-Schallplatten ausgehängt [...]. Ein entsprechendes Plattenalbum stand daneben. Das Ganze kostete 6/6d». Ein anderer Stand hatte ein Schneewittchen-Buch «an der Seitenwand am Mittelgang» angebracht. Dazu gab es SNOW-WHITE-Notenblätter zum Nachsingen. Woolworth verkaufte entsprechende Broschen, Ketten, Spielzeuge, Puppengeschirr, Figurinen, Süßigkeiten, Puzzles, Märchenbücher und Malbücher (ibid.).

Boltons begeisterte Aufnahme von SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS wiederholte sich augenscheinlich quer durchs Land, und das Angebot an Schneewittchen-Artikeln und anderem Reklamematerial signalisiert, dass für alle etwas dabei war, für die Reichen und die weniger Reichen, für die Mittelklasse und die Arbeiter, für die Klientel der Juweliere und für die Kinder, die ihr Taschengeld bei Woolworth ausgaben. Insgesamt lassen sich die Objekte wie die Zielgruppen in zwei Hauptkategorien aufteilen: Gegenstände für Babys und Kinder (Märchen- und Malbücher, Spielzeug, Süßigkeiten) und Gegenstände für das Heim (Figurinen, Tischtücher, Geschirr). Manches richtete sich auch an beide Zielgruppen (Tapeten und Aufkleber, Proviantbüchsen), und diese Bezogenheit auf Kindheit/Heim erinnert an die Provenienz der ursprünglichen Schneewittchen-Geschichte aus den *Kinder- und Hausmärchen* der Gebrüder Grimm.

«Heim»

Trotz der diversen Versicherungen, die Filmversion halte sich eng an das Grimmsche Märchen, weicht sie in verschiedener Hinsicht davon ab. Vor allem kondensiert oder eliminiert der Film einige Schlüsselemente des Volksmärchens. Am Auffälligsten ist das Fehlen des Prologs, in dem Schneewittchens Mutter sich in den Finger sticht und sich ein Kind wünscht, das so weiß wie Schnee, so rot wie Blut und so schwarz wie

Ebenholz sei. Der Film verzichtet auch auf den Schluss – die Hochzeit mit dem jungen Prinzen, auf der die böse Königin zur Strafe mit rotglühenden Schuhen tanzen muss. Das Schneewittchen des Films ist ein paar Jahre älter als die Siebenjährige des Märchens, und die Dauer der eigentlichen Handlung ist auf wenige Tage zusammengezogen, während sie sich im Märchen auf gut und gern mehrere Jahre erstreckt. Auch reduziert der Film die mörderischen Gegenstände – Schnürriemen (fürs Mieder), Kamm und Apfel – einzig auf den Apfel.

Mehrere Forscher haben darauf hingewiesen, dass die Disney-Version dem Märchen auch charakteristische Genre-Elemente der Zeit hinzufügt: zum Beispiel Elemente der Operette (à la Nelson Eddy und Jeannette MacDonald) oder der Screwball-Comedy, und ebenso die bereits erwähnten «horrifizierenden» Momente (vgl. Wright 1997). Geht man davon aus, dass das Genre jenen Punkt darstellt, an dem sich die Produktionserfordernisse der Filmindustrie mit den Zuschauer-Erwartungen treffen, ist dies wichtig für das Verständnis der Reaktionen auf den Film. Von besonderer Bedeutung ist dabei nicht nur, wie filmische Handlung, Schauplätze und Ikonografie mit den bisherigen Kenntnissen und Genre-Erwartungen des Publikums interagieren, sondern auch der Bezug auf die reale Lebenswelt. An anderer Stelle habe ich ausgeführt, dass die Zuschauer der 30er Jahre den Kinobesuch in ihren Alltag und ihre Aktivitäten integriert, jene «andere» Welt also buchstäblich domestiziert und als Heterotopie in ihr Zuhause verpflanzt haben (vgl. Kuhn 2004). In Disneys SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS ist diese Domestizierung sowohl im Film selbst angelegt – in seiner Thematik, seinen Bildern, seiner Adressierung der Zuschauer – sowie, und das ist wichtig, in seinem «Hype», dem Werberummel, der im Zuge seines ersten Einsatzes in Großbritannien losbrach.

Vielleicht ist der wichtigste Unterschied zwischen dem Volksmärchen und der filmischen Version an jener Stelle der Handlung festzumachen, als Schneewittchen das Haus der Zwerge entdeckt und dort Zuflucht findet. Im Volksmärchen stößt die Protagonistin nach ihrer Flucht durch den Wald auf ein Häuschen in einem waldigen Tal, tritt ein und findet es makellos sauber. Die Bereitschaft der Zwerge, sie als ihre kleine Haushälterin zu akzeptieren, ist daher eher ein Akt der Großzügigkeit als Ausdruck eines Bedürfnisses. Außerdem ist die Zeitspanne, in der Schneewittchen bei den Zwergen wohnt, im Film relativ lang – Jahre scheinen zu vergehen –, während dies im Volksmärchen sehr knapp erzählt wird, nämlich mit wenigen Worten in ein oder zwei Sätzen. Im Film nehmen die Szenen im Häuschen einen substanziellen Teil der etwa 80 Minuten Laufzeit ein: ungefähr eine halbe Stunde, wobei die Passage, in der die Hexe Schneewittchen den Apfel gibt, und die anschließende Trauer der Zwerge nicht mitgerechnet sind.

Doch die häuslichen Szenen treiben die Handlung nicht voran, und das ist auch nicht ihre Funktion. Zunächst macht sich Schneewittchen mit Hilfe der Tiere an den Frühjahrsputz; dann erkundet sie das Obergeschoss und schläft ein. Die Zwerge kommen heim, und wir sehen, wie sie reagieren, als sie ihren Gast bemerken. Schneewittchen empfiehlt sich als Haushälterin, gleich darauf wird das Abendessen zubereitet. Später vergnügt man sich mit Musik und einem Tänzchen, dann singt Schneewittchen ein Lied, bevor alle zu Bett gehen. Offenbar ist es diesem Film (neben der unübersehbaren Ausstellung der Wunder der Animation) um eine Meditation über Häuslichkeit und Kinderpflege zu tun: Die Zwerge spielen hier die Rolle der Kinder, während sie im Volksmärchen als Beschützer Schneewittchens fungieren.

Die Disney-Version dreht sich also in beträchtlichem Maße um Hausfrauen-Belange und ebenso darum, wie man sich zu Hause benehmen sollte. Natürlich fügt der Film dem Märchen auch audiovisuelle Elemente hinzu, und in diesem Zusammenhang sind die räumlichen Verhältnisse im Zwergenhäuschen von Interesse. Das Gebäude mutet an wie ein rustikales mitteleuropäisches Pfefferkuchenhaus, es enthält hölzerne Möbel und allerlei Schnitzwerk im Überfluss, ganz abgesehen vom hinzuerfundenen Obergeschoss und der Treppe, die zu diversen Effekten und Scherzen Anlass gibt.

Über die *Mise en scène* und Beschaffenheit des filmischen Raums ließe sich vieles sagen und ebenso über die Tatsache, dass es sich hier um Animation und nicht um Realfotografie handelt. Im Kontext des vorliegenden Aufsatzes ist jedoch vor allem relevant, dass der Film Handlung und Schauplätze des Volksmärchens an verschiedenen Stellen teils kondensiert, teils ausschmückt; und dass es bei dieser Akzentuierung jeweils darum geht, den Topos von «Heim und Häuslichkeit» ins Zentrum zu rücken, um die Zuschauer dort abzuholen und darauf einzuschwören. Die Vermarktung und Bewerbung des Films – und vor allem die Tie-ups in Form von Konsumgütern mit dem Schwerpunkt auf Haushalt und Spielzeug – sind Teil davon und unterstützen den Diskurs.

Unter den Werbevorschlägen, die in der britischen Pressemappe enthalten sind, findet sich ein kurzer Artikel zum Häuschen der Zwerge und der Expertise hinter dessen Design. Neben Abbildungen von Möbeln steht der Hinweis, dass «fast alles in diesem phantastischen, charmanten Heim sich ohne Schwierigkeit auch in einem Landhaus oder einer Berghütte realisieren ließe». Diese nicht gerade naheliegende Idee kann verdeutlichen, wie wenig man im kalifornischen Burbank vom britischen Alltag der ausgehenden 30er Jahre verstand. Damals begann man hierzulande ja erst, das eigene Zuhause zu perfektionieren. Tausende neuer Gebäude wurden an der Peripherie der britischen Städte gebaut. Die Träume, vor allem der

Frauen der unteren Mittelklasse, von einem attraktiven Heim – das vorstädtisch-modern und eigentlich nicht rustikal aussehen sollte – fanden Ausdruck in der jährlichen Ausstellung *Daily Mail Ideal Home* (vgl. Ryan 1995). Die Ausstellung von 1938 enthielt eine Replik des Zwergenhäuschens, dessen Maßstab allerdings zum Ausdruck brachte, dass es für kleine Leute gedacht war – für Zwerge und Kinder. Dies mag einiges darüber aussagen, wie der Disney-Film und seine Werbefeldzüge zu einer Zeit, als der Konsumerismus in Großbritannien sich gerade erst zu entwickeln begann, populäre und möglicherweise intensive Vorstellungen von «Heim» und «Häuslichkeit» zu nutzen suchte, um den Traum vom Besitz zu verkaufen – dem Besitz von Geschirr, von Nippes und Ähnlichem, vor allem aber von einem wohlgeordneten und schönen Zuhause.

In der Tat gibt es zeitgenössische Indizien, dass die Schneewittchen-Häuslichkeit und die Szenen des Films im Zwergenhäuschen damals alle Altersklassen tief beeindruckten, mindestens ebenso tief wie die lebhaft erinnerten «horrifizierenden» Passagen. A.N. Wilson erzählt in seiner C.S. Lewis-Biografie die Anekdote, wie Lewis und seine Brüder – die nur selten ins Kino gingen – Karten für SNOW WHITE kauften und den Film «erstklassig fanden [...]». Er lohnte sich durchaus, und sei es nur wegen des Frühjahrsputzes im Zwergenhaus» (1990, 160). Die wissenschaftlicheren Erhebungen der Mass-Observer, die das Boltoner Publikum bei der Vorführung des Films beobachteten, enthüllen, dass die deutlichsten Reaktionen (die in Sekunden gemessenen Lacher) bei den Szenen im Zwergenhäuschen erfolgten.¹⁴ Die Mass-Observation-Gruppe sammelte auch 25 Kinderzeichnungen zum Thema «Snow White», von denen viele ein kindlich gemaltes Häuschen enthielten. Die «Heim»-Sequenzen – im Gegensatz zu den «horrifizierenden» – scheinen den kleinen Künstlern am besten gefallen zu haben.

Dies mag nicht das letzte Wort über diesen faszinierenden Film sein, doch die suggestiven Fragmente zeitgenössischer Zeugenschaft für dessen ungewöhnliche britische Karriere vermögen ein deutliches Zeugnis davon abzulegen, wie man in den 30er Jahren mit SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS umging oder ihn erlebte. Sie summieren sich zu einem deutlichen Beleg für die Zentralität des Themas «Heim» in der Phantasie des damaligen Publikums. So argumentiert auch Thomas Inge, der ideologische Hauptimpuls von Disneys Film sei es, die Zuschauer auf Heim und Familie zu fokussieren, und der Handlungsbogen bewege sich in Richtung «familiäre Stabilität» und «sozialer Zusammenhang» – eine Argumentation, die sich, ohne tatsächliche Publikumsreaktionen hinzuzuziehen, allein der textuellen Analyse des Films verdankt (vgl. Inge 2004).

14 University of Sussex, Mass-Observation Archive, Worktown Collection, Box 36, W36/F.

Mein zentrales Anliegen betrifft jedoch die Art und Weise, wie SNOW WHITE und die Diskurse, die sich um den Film ranken, mit dem Alltag der britischen Zuschauer und ihren Aktivitäten interagierten. Verstehen wir dies, so können wir beginnen uns vorzustellen, wie der *imaginäre* Austausch zwischen dem Film und den damaligen Zuschauern beschaffen war, und darüber nachdenken, welche Rolle er in der Aushandlung der Beziehungen zwischen innerem und äußerem Leben der Menschen spielte. Die Kinderzeichnungen, die von der Mass-Observation-Gruppe gesammelt wurden, erinnern an Carolyn Steedmans Buch *The Tidy House* (1982). Steedmans Erörterung der Bedeutung, die ein geordnetes Zuhause in den Vorstellungen junger Kinder besitzt, dürfte sich mit der Psychodynamik der Filmrezeption und der Beziehung zwischen realen und imaginären häuslichen Räumen berühren – insbesondere von Häusern der Kindheit. Aus den Begleitumständen der britischen Erstbegegnung mit SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS ließe sich noch vieles entnehmen, das Licht auf diese Dinge wirft.

Auf Basis der unterschiedlichen zeitgenössischen Zeugnisse zu und den Erinnerungen an die Lancierung des Films im Jahre 1938 hat der vorliegende Aufsatz versucht herauszuarbeiten, wie der britische Rezeptionskontext mit den besonderen Charakteristika des Films interagiert hat – eines Films, der nicht nur bestimmte zeitgenössische Intertextualitäten generierte, sondern auch eigentümliche Modi der Erinnerung bei jenen Zuschauern, die ihn 1938 gesehen haben. Das Erscheinen von SNOW WHITE in Großbritannien traf zusammen mit einem Wandel in der britischen Kinokultur, als die offiziellen und halboffiziellen Diskurse um das Kino und seine Zuschauer – vor allem seine jüngeren Zuschauer – sich signifikant veränderten. Die beispiellose Berichterstattung in den Medien hatte viel damit zu tun, dass der Film mit dem bereits bestehenden Diskurs über Horrorfilme in Verbindung gebracht wurde – insbesondere mit der Problematik der Zensur, wobei es vor allem um Altersbeschränkungen bei Kindern ging; und er traf auf den Diskurs um Häuslichkeit und Heim sowie generell auf den um den aufkommenden Konsumerismus. Das Zusammenwirken all dieser Umstände zeichnet SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS und seine britische Rezeption auf allen Ebenen als distinktes Phänomen aus. Das machte ihn in der Erfahrung der Zuschauer zu einem außerordentlichen «Event», der sich ins Gedächtnis einschrieb.

Aus dem Englischen von Christine N. Brinckmann

Literatur

- Disney, Walt (1979) *Walt Disney's SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS*. New York: Viking.
- Garner, Alan (1990). «Snow White». In: *Seeing in the Dark*. Hg. v. I. Breakwell & P. Hammond. London: Serpent's Tail.
- Grimm, Jakob/Grimm, Wilhelm (1938) *Snow White and the Seven Dwarfs*. Freely translated and illustrated by Wanda Gag. London: Faber & Faber.
- (1812) *Kinder- und Hausmärchen*, 1. Bd. Berlin: Reimer.
- Inge, M. Thomas (2004) «Art, Adaptation and Ideology: Walt Disney's SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS». In: *Journal of Popular Film and Television* 32,3; S. 132–142.
- Kuhn, Annette (2010) «Was tun mit der Kinoerinnerung?». In: *Montage/AV* 19,1; S. 116–133. [Erscheint auf Englisch als: «What to Do with Cinema Memory?» In: *New Cinema History: Approaches and Case Studies*. Hg. v. Richard Maltby, Daniel Biltheryst & Philippe Meerst. Oxford: Blackwell 2011].
- (2004) «Heterotopia, Heterochronia: Space and Time in Cinema Memory». In: *Screen* 45,2; S. 106–14. [Deutsch als: «Heterotopie, Heterochronie: Ort und Zeit der Kinoerinnerung». In: *Film – Kino – Zuschauer: Filmrezeption*. Hg. v. Irmbert Schenk, Margrit Tröhler & Yvonne Zimmermann. Marburg: Schüren 2010; S. 27–39].
- (2002) *An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory*. London: I.B. Tauris.
- (1998) *Cinema, Censorship and Sexuality, 1909–1925*. London: Routledge & Kegan Paul.
- (1996) «Cinema Culture and Femininity in the 1930s». In: *Nationalising Femininity. Culture, Sexuality, and British Cinema*. Hg. v. Christine Gledhill & Gillian Swanson. Manchester: Manchester University Press.
- Mass-Observation (1943) *The Pub and the People: A Worktown Study*. London: Gollancz.
- Richards, Jeffrey/Sheridan, Dorothy (Hg.) (1987) *Mass-Observation at the Movies*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Ryan, Deborah S. (1995) *The Daily Mail Ideal Home Exhibition and Suburban Modernity, 1908–1951*. Diss. University of East London.
- Spender, Humphrey (1982) *Worktown People. Photographs from Northern England, 1937–38*. Bristol: Falling Wall.
- Steedman, Carolyn (1982) *The Tidy House: Little Girls Writing*. London: Virago.
- Struthers, J. (1939) *A Study of the Leisure Activities of Schoolchildren in a Middlesex Secondary (Mixed) School*. MA Thesis, Institute of Education, University of London.
- Wilson, A.N. (1990) *C.S. Lewis: A Biography*. London: Flamingo.
- Wright, Terri Martin (1997) «Romancing the Tale: Walt Disney's Adaptation of the Grimms' «Snow White»». In: *Journal of Popular Film and Television* 25,3; S. 98–108.

Für diesen Beitrag liegen 2 Abbildungen vor, es fehlen allerdings die Angaben zur Positionierung der Bilder innerhalb des Textes. Bitte markieren Sie die entsprechenden Stellen im Text, sodass ich die Abbildungen nachträglich einfügen kann.