

Dreamworks: Werden Bilder Realität?

In welchem Maß und auf welche Weise beeinflussen Film, Fernsehen und TV-Werbung das Familienleben, vornehmlich in seiner Dimension des Miteinander-Wohnens?¹ Im Mittelpunkt der Untersuchung steht das seit den Fünfziger Jahren geläufige Bild des Einfamilienhauses, das vor allem im Westen der USA, aber nicht nur dort, für eine normative Idee von Familienleben, die Erzählung vom materiellen Fortschritt und die Repräsentation von Eigentum steht.

Seit den Zwanziger Jahren präsentieren vor allem die in Hollywood ansässigen Filmproduktionen mit ihren Regisseuren, Architekten und Set-Designern in ihren Filmen Wohn- und Familienwelten. Dem Publikum wird vorgespielt, wonach es sucht: Harmonie, Freiheit, Gemeinschaft und Sicherheit. Die gebauten Architekturen entsprechen den Film-Städten, Film-Häusern und Film-Wohnungen zuweilen derart, dass nur schwer unterschieden werden kann, was Vor-Bild und Nach-Bau oder Vor-Bau und Nach-Bild ist. Etwas abstrakter gefasst, lautet daher unsere erste These: Hollywood beeinflusst als virtuelles Bilder-Gedächtnis, das sich über Filmverleih-Systeme weltweit verbreitet, die architektonischen Formen des privaten Wohnbaus in den USA und in von ihnen zumindest kulturell dominierten Teilen der Welt.

Globalisierte Phänomene im Städte- und Wohnungsbau lassen auf eine Homogenisierung kultureller Phänomene via Medien schließen. »McDonaldisierung« und »Erlebnisgesellschaft« sind bekannte Schlagworte dafür. »Die Moderne hat in der Konsequenz ihres Gelingens eine weitgehende »Fiktionalisierung der Welt« bewirkt, die nach und nach alle historischen Differenzen löscht«, schreibt Dietmar Kamper.² Die Differenzierung der Städte steht nicht auf dem Programm international tätiger Konsortien, »Developer« und Architekten. Zudem zwingen auch die zunehmende Reichweite und die subtilen Wirkungen der Massenmedien dem Wunsch der Bewohner/innen nach kultureller Distinktion und erkennbarer Eigenart »ihrer« Städte und Wohnorte Grenzen auf. Es soll daher gefragt werden, wie derartige Wohnszenarien hergestellt werden, welchen Ideologien und gesellschaftspolitischen Intentionen ihre Produzenten folgen und welchen Niederschlag die Entwürfe in den errichteten Wohnbauten finden. Diese Fragestellung wird es erfordern, mehrfach zwischen den Bilder- und Ideologieproduzenten (hier vornehmlich den Film- und TV-Produzenten) und einzelnen Beispielen der gebauten Wohnarchitektur hin- und

herzuwechseln. Das ergibt naturgemäß keinen streng linearen Kurs der Argumentation, sondern eine iterative Annäherung.

Das Imperium der laufenden Bilder

Architektur ist vieles: Spiegel sozialer Verhältnisse, symbolischer Ausdruck von Ideologie und Norm, historisches Monument, Kritik oder Affirmation. Zur Erklärung bestimmter Architekturformen oder Bautypen wird im Diskurs der Architekturtheoretiker bemerkenswert oft auf historische Verbindungslinien zurückgegriffen, so als wären die Architekten – wenn sie nicht gerade bauen – Historiker. So lautet denn auch eine weithin geteilte Bestimmung spät- oder postmoderner Architektur, sie sei ein verspieltes Spiel mit den Stilen, Dogmen und Ideologien vergangener Epochen.³ Dagegen setzen andere ein entschiedenes Programm, das die Moderne in reiner Klarheit fortsetzen will. Hier sei beispielsweise an die Architekturdebatte zwischen Daniel Libeskind und Vittorio Magnano Lampugnani erinnert, die sich gegenseitig vorwerfen, der jeweils ›falschen‹ Idealität anzuhängen: einem konservativen Monotheismus der eine, einem unüberblickbaren Pluralismus der andere.⁴

Ganz im Unterschied zu diesem Streit über herausragende Architekturen in urbanen Zentren zeichnen sich die Gebrauchsarchitekturen der Einfamilienhäuser an den Rändern US-amerikanischer Großstädte (etwa *Celebration* in Orlando oder *Anthem* in Kalifornien) durch Ähnlichkeit, ja Gleichförmigkeit und Verwechselbarkeit aus. Was sich derart gleichsieht, verweist nicht nur unentwegt aufeinander, sondern auch auf mächtige mediale Vor-Bilder. Zwischen der Darstellung der Stadt und des (Einfamilien-)Hauses im Film und in den realen städtischen Wohnwelten bestehen derart auffallende Ähnlichkeiten, als wäre der gebaute Raum an der Peripherie der Städte (*Sprawl*) von den Regisseuren und Filmarchitekten Hollywoods selber entworfen worden. Doch trotz – oder infolge? – der Wiederholung des schon Bekannten werden die angebotenen Wohnmodelle von vielen Menschen als vielversprechend empfunden. Mit den Bildern vom Wohnen, ob im Kinofilm, im Fernsehen, in Journalen oder in der gebauten Realität, verknüpft sich offenbar immer das Versprechen einer bestimmten Lebensqualität.

Die kritische Debatte um die Globalisierung und den Verlust des kulturell Anderen oder auch die ›Amerikanisierung der Welt‹ lässt leicht vergessen, dass die Welt trotz aller Globalisierung der Ökonomie und der Ästhetik ihrer Waren immer noch außerordentlich vielfältig ist. Doch verfügt, wie Jean-Francois Lyotard anmerkt, die globale Ökonomie »über eine solche Macht, Gebrauchsgegenstände, Rollen des sozialen Lebens und Institutionen zu verwirklichen, dass die sogenannten realistischen Abbildungen die Wirklichkeit nur noch in Form von Sehnsucht oder Spott beschwören können«.⁵ Wie Roland Rainer zur Ausstellung *Wir Häuselbauer bauen in Österreich* im *Architektur Zentrum Wien* kritisch bemerkte, ernten die »Häusel-

bauer« von den Architekten und Architekturkritikern nur Ironie und Ablehnung. Der österreichische Architekturhistoriker und -kritiker Friedrich Achleitner prägte dazu das Bonmot: »Ein Häusel baut man, aufs Häusel geht man.«⁶ Hingegen erblickt ein großer Teil der Bevölkerung in der je ›bodenständigen‹ Variante des Einfamilienhauses eine viel, wenn nicht ›alles‹ versprechende Wohnform. Jegliche Abweichung – etwa ein Flachdach in den österreichischen Alpen oder Voralpen – wird als Bruch dieses Versprechens oder gar als Bedrohung des eigenen Sinnhorizontes gesehen. Dabei geht es offenbar um Wiedererkennbarkeit: Die Gestaltung des Wohnhauses als der gebauten ›Burg‹ der eigenen Lebenswelt gehorcht zu allererst dem Bedürfnis seiner Bewohner nach Vertrauen in das Vertraute. Folglich erscheint ein experimentelles Ästhetisieren für die Masse der »Häuselbauer« unangebracht. Dass sie ihre Häuser dennoch und unvermeidlich für alle Passanten und Ortsbewohner sichtbar gestalten, ohne sich dabei dem ästhetischen und architektonischen Diskurs zu unterwerfen, wird für die Experten und alle ästhetisch ›Gebildeten‹ ebenso unvermeidlich zum Ärgernis.

Kino und Fernsehen können für Millionen Menschen die Aufgabe erfüllen, an der Architekten und Städteplaner immer wieder scheitern, nämlich daran, sie von ihren Zweifeln und Unsicherheiten zu befreien.⁷ Wie Lyotard anmerkt, müssen »industrielle Fotografie und industrieller Film der Malerei und dem Roman überlegen sein, wenn es darum geht, den Referenten zu stabilisieren, das heißt ihn so auszurichten, dass er als wiedererkennbarer Sinn erscheint, der es dem Empfänger ermöglicht, Bilder und Sequenzen rasch zu entziffern und sich so mühelos seiner eigenen Identität und gleichzeitig der Zustimmung, die ihm von anderen zuteil wird, zu versichern; denn die Strukturen dieser Bilder und Sequenzen bilden einen Kommunikationscode, der alle umgreift. In dieser Weise vervielfachen sich die Wirklichkeitseffekte oder, wenn man so will, die Phantasmen des Realismus.«⁸

Zwischen 1896 und 1946 wurde der Film zum populärsten Medium in den USA: Er wurde deshalb so populär, weil er etwas überaus Populäres versprach: ein Leben in Würde, Freiheit, Sicherheit, Wohlhabenheit und Geborgenheit, kurz: den ›amerikanischen Traum‹. Doch genau genommen liegen die Anfänge dieses Traumes in Mittel- und Osteuropa, wo Juden unter Antisemitismus, Erniedrigungen und in den 1930er und frühen 1940er Jahren unter gewaltsamen Vertreibungen und Inhaftierungen litten. Zehntausende flüchteten nach Shanghai, nach Palästina, Südamerika, Kanada und in die USA. Von den Neo-Amerikanern blieb ein Teil an der Ostküste, andere reisten weiter in den Westen, wo Los Angeles und Hollywood besondere Anziehungskraft auf sie hatten. Sechs von ihnen prägten in der Folge den *Hollywood Film*: Luis B. Mayer wurde als Kind polnischer Eltern 1885 in Minsk geboren, Samuel Goldwyn 1882 in Polen, Adolph Zukor 1873 in Ungarn, William Fox 1879 ebenfalls in Ungarn und Carl Laemmle 1867 in Deutschland.⁹ Die Gebrüder Warner wurden kurz nach Ankunft ihrer Eltern aus Polen in den USA geboren. Nachdem sie den Schock der erzwungenen Emigration überstanden hatten, wurden die Einwanderer »überzeugte Amerikaner«, was in den Filmen, die sie pro-

duzierten, deutlich zum Ausdruck kam. Ihr amerikanischer Traum, so könnte man also sagen, entstand unter dem Eindruck der Katastrophe Europas, das sie zunächst in Armut zwang und dann mit Vernichtung bedrohte.¹⁰

Ihre Bereitschaft, sich nach der gelungenen Flucht möglichst rasch dem *American Way of Life* anzupassen, mehr noch, genau diese Kultur zu propagieren, stieß aber auch auf Widerstand. Die alteingesessenen Filmstudiosbesitzer, vor allem in New York, waren Protestanten, und viele von ihnen agitierten gegen jüdische und schwarze Einwanderer. Ihre rassistischen Konnotationen sprachen vornehmlich die besitzende weiße Oberschicht an. Hingegen waren die Filme der zugewanderten jüdischen Filmproduzenten – bald nannte man sie die Mogulen Hollywoods – patriotisch; sie verherrlichten den ›amerikanischen Traum‹ und sprachen damit eine breite Mittelschicht an, was ihren Erfolg und damit den Aufstieg Hollywoods zur neuen Weltmacht des Spielfilms erst ermöglichte. Das Bild des Außenseiters, der es dennoch zu Erfolg bringen kann, wurde zu einem Topos des Hollywood-Films. Ihre verlorenen jüdischen Lebenswelten in Mittel- und Osteuropa thematisierten die Filmproduzenten jedoch nur sehr selten.¹¹ Sie wollten einen *neuen Menschen* schaffen, der von der Last der Vergangenheit befreit ist. Die Absicht, sich von der Last der Geschichte zu befreien, um eine gute Zukunft zu gewinnen, bedrohte aber auch ihre Identität. Unter dem Eindruck des Antisemitismus verschwiegen sie ihre jüdische Herkunft, wie auch Schauspieler/innen jüdischer Herkunft ihre Namen änderten: Toni Curtis, Sherly Winters, Melwin Douglas, Edward G. Robinson, Lilli Palmer und andere. Die Filme aus Hollywood zeigten den *American Way of Life*: ein kleinbürgerliches Familienleben, arbeitsame und auf eine eigene Weise religiöse Menschen. Und das Publikum glaubte gern, was es zu sehen bekam: Seine Religion wurde der amerikanische Traum, seine neuen Götter die Schauspieler/innen. Nach dem Zweiten Weltkrieg verloren die Mogulen zwar viel von ihrer wirtschaftlichen Macht durch Fusionen; doch der *American Dream* fand weiterhin in vielen Hollywood Filmen Gestalt und Ausdruck.¹²

Der Aufschwung der Filmindustrie in den USA der Zwanziger Jahre fiel nicht vom Himmel. Er kam mit der Expansion der Wirtschaft, als immer mehr Branchen imstande waren, Güter in Massenproduktion herzustellen. Technische Fortschritte in der Elektrotechnik und der Metallverarbeitung, die Einführung des Fließbandes zur Fertigung von Autos, Radios oder Lebensmitteln, sowie der Einsatz erster Lochkartensysteme für Lagerhaltung, Vertrieb und Rechnungswesen bildeten die Voraussetzungen dieser Massenproduktion. Nach den Ideen des Ingenieurs Frederick W. Taylor wurde Henry Fords berühmtes T-Modell ab 1914 am Fließband produziert. 1929 erzeugte die amerikanische Industrie um 70 Prozent mehr Fertigwaren als 1919, mit der gleichen Zahl an Arbeitskräften, die nicht mehr durchschnittlich 53, sondern 47 Stunden in der Woche arbeiteten. 1929 gab es bereits 27 Millionen Personenwagen, viermal soviel wie 1919. Die damals größte Lebensmittelhandelskette der USA, die *Atlantic and Pacific Tea Company* (T&P), verkaufte 1929 in ihren 15.400 Filialen ein Zehntel aller Lebensmittel.

Die Werbung in Presse und Rundfunk und nicht zuletzt das implizite *Advertisement* des Hollywood-Films waren dafür essentiell, musste doch der neuen Massenproduktion erst ein Käufermarkt erschlossen werden: Die arbeitenden Männer und Frauen, Erwachsenen und Jugendlichen sollten die Massenware mittels ihrer gestiegenen Kaufkraft auch kaufen und konsumieren. In enger wirtschaftlicher und ideologischer Verflechtung mit diesem Massenkonsum, der für Millionen US-Bürger die materielle Seite des *American Dream* erstmals annähernd erfüllte (wenn es auch in der Natur des modernen Kapitalismus liegt, immer neue Bedürfnisse zu generieren), entstand auch die Hollywood Film-Produktion, die eben nicht zufällig genau diesen Traum propagierte und inszenierte. Was hier komplementär zur expandierenden Massenproduktion der Industrie entstand, war eine gigantische Wunsch-Bild-Produktions-Maschine.

Zur selben Zeit schufen Schriftsteller des *Arroyo-Kreises* eine Literatur, in der Südkalifornien zum gelobten Land avancierte. Sie schrieben damit, wie Mike Davis anmerkt,¹³ die literarische Vorlage für jene riesige Immobilienspekulation, die Los Angeles von einer Kleinstadt in die Metropole des Landes verwandelte. Ihre Motive, Erzählungen und Werte nahmen die Produzenten und Regisseure Hollywoods in ihre Filmarchitekturen auf. Die gebaute Wirklichkeit bestimmte ihrerseits wieder die Bilder der Literatur, der Drehbuchautoren und der Filmregisseure und so fort. Was hier in Gang kam, war eine beschleunigte Zirkulation der Bilder vom Glück, oder etwas genauer: der Wege aus dem Unglück ins Glück.

Einen ›richtigen‹ Bungalow konnten sich freilich nur die Wohlhabenden leisten. Die Masse der zunehmend besser verdienenden Lohnarbeiter kaufte sich Do-it-yourself-Bausätze, die das Vor-Bild nachahmten. »Eine ganze Generation lang wurden diese ›demokratischen Bungalows‹ mit ihrer für den Hausgebrauch miniaturisierten Arroyo-Ästhetik dafür gelobt, dass sie Los Angeles nicht nur zu einer Stadt der Einfamilienhäuser gemacht hatten (1930 waren 94 Prozent aller Wohnungen in Los Angeles Einfamilienhäuser), sondern auch die ›Wirtschaftsfreiheit‹ sicherten. Gewerkschafter bezeichneten diese Entwicklung als neue Leibeigenschaft der Menschen. Alfred Döblin prangerte Hollywood sogar als ›mörderische Hauswüste‹ und ›furchtbare Gartenstadt‹ an.«¹⁴ Doch trotz der Kritik wurde der ›amerikanische Traum‹ hier ein Stück weit realisiert. Auch in Europa kursierten, dank der Filmexporte Hollywoods, diese Bilder und erzeugten eine West-Trift. Hollywoods Bilder vom guten Leben animierten Tausende Europäer zu der transatlantischen Schiffsreise ihres Lebens. Nationaler Stolz, Familiensinn, Individualismus und Selbstverantwortung waren die Wertorientierungen, die ihnen ›Aufstieg‹ versprachen.¹⁵

Der »schwarze Freitag«, der 25. Oktober 1929, löste die Wirtschaftskrise aus. Die Stilllegung von Fabriken, rassistische Umtriebe des Ku-Klux-Klan, schwere Kaufkraftverluste großer Teile der Arbeiterschaft, vor allem der Schwarzen, und andauernde Arbeitslosigkeit in den Industriestädten folgten den turbulenten Zwanziger Jahren. Hollywood brachte diese dunklen Seiten Amerikas in seinem *Film Noir* der Vierziger und Fünfziger Jahre kritisch ins Bild. So euphorisch man zuvor im

Kino und auf der Leinwand den ›amerikanischen Traum‹ geträumt hatte, so enttäuscht war man nun. Im *Film Noir*, schreibt Berndt Schulz, führen die Neonzeichen von *Scarlet Street* und *Sunset Boulevard* nicht mehr zum Glück: »Die Städte waren nicht mehr schön. Der Glanz war weg. Das reiche Bürgertum emigrierte in die Randzonen. Und die Müllberge schienen mit den Wolkenkratzern, diesen Symbolen des Aufstiegs, zu konkurrieren.«¹⁶

Freilich herrschte im Filmgeschäft derselbe Konkurrenzkapitalismus wie anderswo. Vielleicht hatten die »feindlichen Übernahmen« durch finanzkräftigere Konkurrenten etwas mehr Charme als in anderen Branchen, übernahmen sie doch nicht nur Aktien und Studios, sondern auch attraktives Personal: Schauspieler/innen, Regisseure, Kameraleute. Hollywood lockte europäische Schauspieler, nicht zuletzt um die europäischen Konkurrenten damit zu schwächen, unter ihnen zahlreiche Deutsche und einige Österreicher. Doch keiner, der schon in Europa in der Filmbranche erfolgreich war und in den Zwanziger Jahren nach Hollywood kam – von Ernst Lubitsch abgesehen – hatte wirklich Erfolg. Mit dem deutschen Stummfilm-Regisseur Friedrich Wilhelm Murnau (geboren 1888 in Bielefeld) war 1926 ein sehr eigenwilliger Mann nach Kalifornien gekommen: Seine Homosexualität, seine Kompromisslosigkeit und seine Schwierigkeiten im gesellschaftlichen Umgang beeindruckten Hollywood und ärgerten es auch. Obwohl Murnau sich bei seinem Film *Four Devils* (1928) der Unterstützung von William Fox erfreute, wurde dem Film in der überarbeiteten Tonfassung ein neues Happy End verpasst. Im Film *Our Daily Bread* (1934) wurde sogar ein großer Teil gestrichen, gekürzt und neu gedreht; als *City Girl* (1937), unter der Regie von Alfred L. Werker, gelangte der Film an die Öffentlichkeit.¹⁷

Die wirtschaftliche und künstlerische Konkurrenz und auch der ideologisch-politische Streit zwischen europäischen Zuwanderern und den schon amerikanisierten Filmproduzenten, die das Filmgeschäft Hollywoods bestimmten, spitzte sich zu, als 1930 bei *Paramount* drei Sowjetrussen eintrafen: Sergej Eisenstein, sein Assistent Alexandrow und sein Kameramann Eduard Tisse. Eisenstein galt als Genie,¹⁸ seine Filme als revolutionär, dunkel und als eine »Augenweide für die Intellektuellen«. Die Bearbeitung des Romans von Theodore Dreisers *Eine amerikanische Tragödie* (1925) schien den Russen wegen der linken Ideen ein passender, aber auch heikler Stoff. *Paramount* löste den Vertrag mit Eisenstein, nachdem rechtsgerichtete Gruppen Druck ausgeübt hatten. Eisenstein bekam zwar von Samuel Goldwyn noch das Angebot, den Film *Potemkin* (1925) neu zu drehen, kehrte aber Hollywood 1932 den Rücken.¹⁹

Ende der Vierziger Jahre war der Traum von einer kritisch-liberalen Filmproduktion ausgeträumt. Der »kalte Krieg« fand auch im Lande selbst und naturgemäß auch in Hollywood statt: Senator Joseph R. McCarthy ließ im Auftrag des US-Senats die Bediensteten der Verwaltung und Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, unter ihnen Hunderte Schauspieler, Drehbuchautoren und Regisseure vom FBI überwachen, um jene, die ›unamerikanischer Umtriebe‹ verdächtigt wurden, zu

überführen. 1947 wurden auch Hollywoods Filmstudios von der Organisation *House Un-American Activities Committee* (HUAC) nach Menschen mit »auffällig unpatriotischem Verhalten« untersucht.²⁰ Viele Produzenten, Schauspieler und Regisseure waren in den Dreißiger Jahren der kommunistischen Partei beigetreten. Die gerichtlichen Verfahren gegen die *Hollywood Ten* erregten besonderes Aufsehen: Edward Dmytryk, Alvah Bessie, Herbert Biberman, Lester Cole, Ring Lardner Jr., John Howard Lawson, Albert Maltz, Samuel Ornintz, Adrian Scott und Dalton Trumbo ließen sich jedoch zu keinerlei politischen »Geständnissen« zwingen. Erst 1954 beendete das HUAC seine Kommunistenjagd, nachdem 324 Menschen »entlarvt« worden waren.²¹ Der *Film Noir* überstand all diese Verfolgungen und erlebte in den Sechziger und Siebziger Jahren einen neuen Aufschwung. *Chinatown* (1974) und *Blade Runner* (1982) sind späte Beispiele, wenn auch ohne die radikalen Tendenzen der Vierziger Jahre. Und noch heute ist der *Film Noir* der populäre Antimythos von Los Angeles.²²

Kritische Geister prangerten, wie gesagt, schon Ende der Zwanziger Jahre die »Einfamilienhauswüste« von Los Angeles als Machwerk der Bauspekulanten an. Einer der Kritiker war der Journalist und Schriftsteller Egon Erwin Kisch, um 1918/19 in Ungarn und Österreich Mitglied der kommunistischen *Roten Garde*, dann »rasender Reporter« von Beruf.²³ Aber auch die Begründer der *Kritischen Theorie*, Theodor W. Adorno und Max Horkheimer, bemerkten: »(...) die neuen Bungalows am Stadtrand verkünden schon wie die unsoliden Konstruktionen auf internationalen Messen das Lob des technischen Fortschritts und fordern dazu heraus, sie nach kurzfristigem Gebrauch wegzuworfen wie Konservenbüchsen.«²⁴

Wie lässt sich nun die These plausibilisieren, die Kultur des Einfamilienhauses von Los Angeles spiegle genau jenen kleinbürgerlichen *American Dream*, den die Traumfabrik Hollywood in ihren Filmen propagierte?

Der Einfluss des Hollywood Films auf die Architektur des *New Urbanism* wurde maßgeblich in jenem sozialen Feld bestimmt, in dem sich die relevanten Akteure: Produzenten, Autoren, Regisseure, Filmarchitekten, Kameraleute und Schauspieler kommunizierend bewegten. Soziale Felder oder Räume definieren »autonome Sphären, in denen nach jeweils besonderen Regeln »gespielt« wird.«²⁵ Die besonderen Regeln der Filmindustrie, der Habitus ihrer Akteure, deren Ressourcen, Taktiken und Strategien, praktischer Sinn oder Spielwitz müssten – folgen wir der *Theorie der Praxis* Bourdieus²⁶ – die Praxis des Hollywood Films ausmachen und überdies auch seine Wirkung beim Publikum erzeugen. Die über die Filme (bewusst oder unbewusst) vermittelten architektonischen Formen wären demnach immer auch Ausdruck des Habitus der Produzenten, Drehbuchautoren, Filmarchitekten und Regisseure. In ihren Werken müssten neben den offenen Messages auch Meinung, Haltung und Ideologie verborgen sein, die Pierre Bourdieu in bezug auf Fernsehen die »unsichtbare Zensur« nennt.²⁷ Der empirische Nachweis würde eine praxeologische Analyse des Hollywood-Films erfordern, und die kann hier nicht annähernd geleistet werden. Doch soll, wie angekündigt, eine Facette in diesem

komplexen Spiel beleuchtet werden: Die Referenz zwischen Film und gebautem Raum.

Seit den Anfängen des Stummfilms bauen Filmarchitekten Räume und Orte, die Schauspieler und Statisten bespielen. Film-Bilder erzeugen immer auch Räume. Viele, wohl die allermeisten Filme spielen in Häusern, oft in Einfamilienhäusern. Zwar bildet die Architektur dieser Häuser meistens nur den Rahmen oder Hintergrund, den Spielort, bleibt aber doch stets gegenwärtig; ja vielleicht wird sie im visuellen Apparat der Rezipienten umso wirksamer, je weniger bewusst sie wahrgenommen wird, je mehr sich das Bewusstsein des Betrachters auf die handelnden Personen konzentriert. Räumliche und im engeren Sinn architektonische Darstellungen sind sozusagen die Geste oder Gebärde zur Sprache des Films.

Die in Filmen gezeigten architektonischen Bilder unterliegen einer Art politischer Zensur, die von Filmstudios und Fernsehanstalten ausgeübt wird. Ohnehin herrscht wegen der meist sehr großen Stellenunsicherheiten in der Filmbranche eine »Neigung zu politischem Konformismus. Noch bevor man die beteiligten Akteure zur Ordnung rufen muss, beugen sie sich einer Form von Selbstzensur.«²⁸ Film und Fernsehen behaupten die Wirklichkeit wiederzugeben, in der Tat sind sie aber Instrumente zur Schaffung von Wirklichkeit. Es wird darüber entschieden, wer und was sozial und politisch existiert und der Rede, der Betrachtung und des Begehrens wert ist.

Wie aber wohnen die Akteure des Films, wenn sie nicht gerade Wohnen vorspielen? Was den privaten Lebensstil der Hollywoodstars und Filmproduzenten betrifft, erschließt sich dem europäischen Besucher in den Stadtteilen Bel Air, Beverly Hills und Hollywood ein soziales Feld der Superreichen, das es in dieser Form in Europa nicht gibt. In den Shops am Hollywood Boulevard kann man Stadtpläne kaufen mit Wegweisern zu den Wohnadressen der Filmstars, den sogenannten *Starhomes*. Doch macht man sich mit einem solchen Stadtplan auf den Weg, verbergen sich die Villen der Stars hinter geschlossenen Toren und hohen Schutzzäunen, ja das ganze Viertel verschließt sich dem fremden Besucher und signalisiert ihm ganz deutlich, hier nicht erwünscht zu sein. Unablässig durchstreifen die Wächter der privaten Sicherheitsdienste die umliegenden Straßen. Sonst sieht man nur Gärtner, Leute vom Swimmingpool-Service, Botendienste, dunkle Stretch-Limousinen mit geschlossenen Vorhängen. Hier also wohnen die Menschen, mit denen sich Millionen von Kinobesuchern identifizieren: Arnold Schwarzenegger, Whoopi Goldberg, Bill Cosby, Steven Spielberg, Tom Hanks und viele mehr. Man könnte es mit dem Abstinenzgebot ihrer Psychoanalytiker deuten: Damit sich ihre Klienten – das Filmpublikum – mit ihnen und ihrem imaginierten luxuriösen Leben identifizieren, müssen sie ihr reales Privatleben derart sorgsam vor neugierigen Blicken verbergen.

Unsere These lautet, wie gesagt, dass das Einfamilienhaus durch den Kinofilm, aber auch durch das Fernsehen – die TV-Werbung eingeschlossen – zu der für die meisten Menschen *idealen* (realisierten oder erwünschten) Form des Wohnens geworden ist. Seit den Sechziger Jahren produziert der Fernseher das Zusammenleben *faktisch*, auch wenn er aus dem »Kreis« einen »Halbkreis« der Familie gemacht hat, oder – in der »fortgeschrittensten« Variante – jedes Familienmitglied im eigenen Zimmer vor seinem eigenen Fernseher sitzt. Das Fernsehprogramm mit einer im Lauf der letzten Jahre permanent ausgeweiteten Werbung bestimmt das Familienleben *ideologisch*. Weite Teile des Fernsehprogramms – des öffentlich-rechtlichen wie des privaten – beziehen sich auf das Leben in Haus und Garten. Von den Hollywood-Filmen, die wir im TV nur mit schwarzem Rand vorgesetzt bekommen, war schon die Rede. Fernseh-Werbung, Soap Operas, Talk Shows und viele andere Formate zeigen den Familien Familienleben, den jungen Paaren Beziehungsleben, den Jugendlichen, wie man ein wenig rebelliert. Die bislang letzte Errungenschaft ist, dass das Publikum – in Form einer stellvertretenden kleinen Menge im Studio – an der TV-Show teilnimmt, und sich die Massen zu Hause gleichsam selber beim Reden zusehen, sehr häufig zu einem Familien- oder Beziehungsthema. Hier verschwimmen Message und Rezipienten, auch wenn der Talkmaster oder die Talkmasterin mit dem Mikrophon in der Hand die Kontrolle dieses öffentlichen Geredes über das Private behält.

Doch es funktioniert auch umgekehrt: Baufirmen orientieren sich an Fernseh-Vorbildern. Auch hier sind die USA um Jahre voraus. Als der amerikanische Immobilienkonzern *Kaufman and Broad* erkannte, dass er nicht nur Häuser verkauft, sondern mit den Häusern immer auch Lebensträume, begann er sein Verkaufsprogramm explizit darauf einzustellen: Seither bietet er Häuser an, die ein Abbild der *Homes* aus Fernsehserien sind, wie das Haus aus der TV-Serie *The Simpsons*. Die Fertigteilhausfirma *Elk* trennt Arbeit und Wohnen, letzteres zählt sie zum Bereich »Freizeit«: »Die Anforderungen an den modernen Menschen nehmen mit jedem Tag zu: Erfolgswang im Beruf, Stress im Haushalt und Leistungsdruck in der Schule sind wesentliche Elemente des täglichen Lebens der Familien unserer Zeit. Je stärker diese Belastungen werden, umso größer wird die Bedeutung der Erholung durch sinnvoll gestaltete Freizeit. Beim gezielten Energietanken in Ihrer verdienten Freizeit unterstützt Sie *Weekend*, die moderne Fertighaus-Serie von Elk.«²⁹ Wohnen wird hier nicht nur als identitätsstiftend erkannt, sondern auch als basale Aktivität jener Freizeit, auf die alle Werbetexter dieser Welt zielen, weil vornehmlich in der Freizeit konsumiert wird. Wie Zygmunt Bauman anmerkt, waren die Individuen der Moderne disziplinierte Akteure, die nun unter postmodernen Bedingungen als Konsumenten und Spieler konstruiert werden.³⁰ Du arbeitest hart? Also sollst Du auch gut wohnen. Wir zeigen es Dir!

Möglichkeiten und Bedürfnisse kultureller Distinktion scheinen zusehends dem

Marktgesetz von Angebot und Nachfrage zum Opfer zu fallen. Baudrillard sieht durch den stetig wachsenden Einfluss der Medien ein Ende der Geschichte herannahen, das sich nahezu überall in der Produktion von Gleichem manifestiere. Architektur- und Wohnzeitschriften spiegeln diese Homogenisierung, wenn auch in Abstufungen seiner Qualität, je nach Marktsegment und Kaufkraft des Publikums.

Die neuen Wohnsiedlungen (*Communities*) des *New Urbanism*, für Singles, junge Paare oder für Senioren mit ihren programmatisch hergestellten Räumen sind auf dem Reißbrett entworfene, keine gewachsenen Städte. Das schafft Ähnlichkeiten mit den Erlebniszentren von Las Vegas. Das Casino *Aladin* in Las Vegas symbolisiert die Andersheit der osmanischen Welt, die immer als Gegenstück zur amerikanischen Kultur gegolten hat. Es stellt die Disneyproduktion von *1000 und einer Nacht* dar, die neben den Casinos *The Venetian*, *Paris*, *MGM* und *New York* zu den Marktleadern zählt. Die Besucher sind von der Flut an Informationen überwältigt. Von den Bediensteten werden sie in der jeweiligen Sprache der Simulationsform (im Casino *The Venetian* mit den Worten: *Buon giorno!*) begrüßt. Klimaanlage sorgen für die immer gleiche Temperatur, das Wasser ist, mit Chlor versehen, immer sauber, es gibt keine Überschwemmungen, keine Zwischenfälle, kurz, die Simulation ist perfekter als die Wirklichkeit, oder mit Baudrillard gesprochen: das Reale wird »dissimuliert«. ³¹

Es scheint so, »dass die Leute nicht mehr miteinander reden, dass sie angesichts einer Rede ohne Antwort endgültig isoliert sind.« ³² Die Sprache dieser Architektur ersetzt die Rede des öffentlichen Lebens, der *res publica*. Möglichkeiten zur Aneignung der Räume gibt es hier nicht, auch nicht die Möglichkeit, den Raum zum Zeichen des Protestes zu besetzen. Oder hat schon einer im *Disneyland* eine politische Demonstration auf der Straße gesehen? Wer im *Disneyland* unterwegs ist, hat keine eigenen politischen Ziele. Es geht nur darum, sich der simulierten Welt anzupassen, sich wie ein Statist in einem Schauspiel zu bewegen, als befolgte man die Anweisungen eines unsichtbaren Regisseurs. Wir wollen diese Simulationsarchitektur hier nicht überbewerten. Doch suchen wir nach Parallelen, nach Formen der Simulation in real belebten Wohnwelten, sofern sich die Differenz zwischen Simulation und Realität nicht auch hier längst – wie Baudrillard behauptet – in einer Zirkulation der Zeichen aufzulösen beginnt.

Multiplex

Die Globalisierung des Films wird von internationalen Kinoketten wie Flebbe, Kieft oder UCI repräsentiert. Mit umfangreichen internationalen Image-Kampagnen wollen sie erreichen, dass ihre Kinos zu Markenartikeln werden. Weltweit werden riesige Kinozentren inmitten komplexer Erlebnis- und Einkaufswelten errichtet: *Multiplex*. ³³ Die Besucher sind nicht bloß Kinobesucher, sondern in der Zeit vor und nach dem Kinobesuch auch Einkäufer, Gäste der Ethno-Restaurants im selben Ge-

bäudekomplex, Bummler in den Shopping Malls – Kunden der komplexesten Konsumwelt, die es je gab.³⁴ Dem Besucher, der sich in Übereinstimmung mit vielen anderen für dieselben Waren und Zeichen interessiert, wird Identität und Souveränität suggeriert:³⁵ Ich kaufe Waren, die mich schmücken und bewegte Bilder, die mich aufregen und emotionieren. Ich kaufe, daher bin ich.

Im Jahr 2000 verzeichneten die Filmstudios Hollywoods einen Rekordumsatz von 7,7 Milliarden Dollar. Allein die Filme *How the Grinch Stole Christmas*, *What Women Want* und *Cast Away* spielten zusammen eine halbe Milliarde Dollar ein. Von der Filmkritik wurde zwar die schlechte Qualität der produzierten Filme kritisiert, das Jahr 2000 sei das schlechteste Kinojahr seit Erfindung des Tonfilms gewesen. »Ich kann mich nicht erinnern, je so viele miserable Produktionen gesehen zu haben«, meinte Leonard Maltin von der populären Filmsendung *Entertainment Tonight*³⁶. Doch was dem Fernsehen »die Quote«, sind dem Kino die verkauften Kinokarten. Den Kinobesuchern wird ein Marktzwang auferlegt, der Fortsetzungen, Remakes und wenig risikofreudige Filmprojekte erzeugt.³⁷ Immer deutlicher werden die kassenträchtigen Filme von einem Gut-Böse-Schema geprägt. Inhalte, Schauspieler und Drehorte ändern sich, doch Liebe, Hoffnung, Erfolg, Auslöschung des Bösen und dergleichen bleiben die strukturellen Konstanten – wie es etwa an den Filmen *Independence Day* (1996) oder *Deep Impact* (1998) deutlich wird.

Die Architektur in diesen Filmen unterliegt ihrerseits einer Globalisierung. Herausragendes Merkmal ist ihre Zweiteilung in ein privates Umfeld, meistens ein suburbanes Einfamilienhaus, das an jedem Ort der westlichen Welt stehen könnte, andererseits in ein öffentliches Umfeld, in dem die Gegner bekämpft, die Außerirdischen angetroffen oder Zeitreisen unternommen werden, wie im Film *Zurück in die Zukunft* (s. u.). Das Private, in welches der Zuseher mit dem Helden / der Heldin von Zeit zu Zeit heimkehrt, erscheint häufig wie ein Refugium, das den Bedarf an Gefühlen decken soll. Doch eine ernsthafte Einlassung wäre schlecht fürs Geschäft. Ziel ist es, Gefühle zu erzeugen, die sich in der Wirklichkeit des Zusehers nicht verhaken – wenn das Ereignis vorbei ist, sind auch die Gefühle vorbei. Das ist praktisch, denn in der Serie der Konsumhandlungen ist es wichtig, dass das eine Konsumerlebnis nicht die Fähigkeit, auch das nächste zu haben, tangiert.³⁸

In der Erlebniswelt des *Multiplex* wird die Flucht aus der Arbeitswelt, aus der Normalität des Alltags geübt, einem Drogentrip in etwa vergleichbar. »Im Falle der Drogen hat man es mit einer Reise zu tun, aber mit einer, wenn man so sagen kann, psychodramatischen Reise, mit dem Psychodrama der Reise.«³⁹ Freilich, auch eine solche Flucht erzeugt, findet sie nur regelmäßig statt, kulturelle Identität, die – wie jede Identität – etwas Bewahrendes hat. Richard Münch meint, dass kollektive Identitätsbildung auch ein Prozess der Aufhebung von Differenzen durch innere Homogenisierung sei.⁴⁰ Hinter dem postmodernen Pluralismus verbirgt sich also, scheinbar paradox, Homogenisierung. Im Fall der Kinos findet sie schon über die Ästhetik ihrer Gebäude und deren Interieur, aber zuvorderst über die Filme und deren Film-Interieur, über die Kleidung der Stars, ihre Fahrzeuge und Utensilien, ja

zuweilen sogar über deren typische Körperhaltungen statt.

Dass die mediale Globalisierung auch Wohnstile, Interieurs, Utensilien und Körperhaltungen *homogenisiert*, heißt allerdings nicht, dass damit lokale und personale Unterschiede gänzlich ausgeschaltet wären. Ganz im Gegenteil. Nach Herman Lübbe wächst mit der Menge der Information der Zwang zur Selektion.⁴¹ Globale Strategien wie Filmeinsatz, Sinnkonstruktionen und die Erzeugung von Gefühlsmustern lassen im lokalen Konnex je und je Verschiedenes entstehen. So entsteht nachgerade ein Übermaß an Individualität, Raum und Zeit, das Marc Augé als markantes Kennzeichen der »Übermoderne« betrachtet.⁴² Dem Einzelnen erscheint der Besuch eines Kinos innerhalb des vielfältigen städtischen Unterhaltungsangebots als eine von zahlreichen Möglichkeiten, somit auch als Wahl-Freiheit und Ausdruck seiner Autonomie. Doch auch die persönlichste Wahl des Films, des Tages, an dem man ins Kino geht, des Kinos in der City oder im Multiplex am Stadtrand, der Art, wie man dorthin gelangt – all diese persönlichen Entscheidungen koppeln den Einzelnen dennoch an Prozesse, die virtuelle Massen bewegen: Millionen gehen zur selben Zeit auf dieselbe Weise in ganz ähnlich eingerichtete Kinos und sehen, mit ähnlichen Emotionen, denselben Film und essen immer gleich schmeckendes Popcorn dazu. Auch das bildet eine raumabhängige Identität. Eine ältere Form der räumlich gebundenen Identität – die Verwurzelung im einzelnen städtischen Quartier mit seinem lokalen Kino – wie sie noch aus den Fünfziger Jahren für Großstädte berichtet wird,⁴³ kann allerdings so nicht mehr entstehen. Das überwiegend jugendliche Kino-Publikum überschreitet mit seiner Verkehrstüchtigkeit jede Bezirksgrenze und selbst die Grenzen der Großstadt. Es ist – wie in vielen anderen Bezügen – auch in seinem Kinokonsum seiner Herkunftsorte entbunden.

Gated Communities

Die Rede von der Uniformierung der Gesellschaft via globalisierte Medien scheint also nicht falsch, doch ist zu fragen, was die Uniformierung bewirkt. Erlebnisräume, die von vielen geteilt werden, erzeugen eine kollektive Identität, die sich auf dieselben Symbole und Werte beruft. Menschen ohne Berechtigung, ohne ausreichend symbolisches Kapital, d. h. ohne passende Kleidung, ohne bestimmte Kreditkarten, ohne entsprechendes Auftreten, ohne ein jugendliches Outfit und dergleichen bleiben von darauf abgestimmten Konsumorten ausgegrenzt. Die Konsumorte und ihre Betreiber bedienen sich ihrerseits der Mechanismen des Ein- und Ausschlusses, um ihre Attraktivität und damit ihre Rendite zu erhöhen. Nehmen wir das Beispiel der Londoner *Dance Clubs*. In langen Schlangen stellen sich Tausende Jugendliche Samstag für Samstag gegen Mitternacht an, um eingelassen zu werden. Alle sind sich gewiss, dass das Warten lohnt. Doch das Risiko, von den Türstehern ohne Angabe von Gründen zurückgewiesen zu werden, ist hoch. Diejenigen, die eingelassen werden, haben ihr Wochenziel erreicht. Die Ausgrenzung der einen er-

höht das Gefühl der anderen, dazuzugehören.

Ein ähnlicher Vorgang der Einschließung, der die Ausgrenzung anderer erfordert, ist an der neuen Wohnform der *Gated Communities* zu beobachten, wie in Palm Hills in Los Angeles. Immer mehr Bürger/innen in den USA suchen ihr Glück in dieser Art des eingehetzten Wohnens. Die Verkaufsberaterin von *US Home*, einer großen Maklerfirma in Los Angeles, meint, dass sie Häuser an Menschen verkauft, die ihren ›amerikanischen Traum‹ verwirklichen wollen. Es gibt spezielle *Communities* für Familien, oder für Menschen, die über 50 Jahre alt sind, oder für Senioren, oder für Singles. Die hohen Einfahrtstore schließen elektrisch und werden bewacht, die gesamte Siedlung ist von einer hohen Mauer umgeben. Patrouillen privater Überwachungsfirmen streifen um diese befestigten Wohnburgen. »Wer 300.000 Dollar für ein Haus ausgibt, dem wird die Privatsphäre wichtig, und deshalb sind die Überwachungsunternehmen so wichtig«, meint die Verkaufsberaterin.

In der Siedlung unterscheiden sich die Häuser kaum. Lediglich die Anzahl der Garagen und die Größe der Grundstücke variiert. Die Einrichtung wird von Designcentern entworfen, was der individuellen Gestaltung des Wohnens Grenzen setzt. In der *Community* gelten Regeln und Vorschriften: Die Farbe der Häuser ist ebenso vorgeschrieben wie die Art der Gartengestaltung. In der Einfahrt dürfen Autos nicht gewaschen oder repariert werden. Wäsche im Vorgarten aufzuhängen ist verboten. Die Homogenität der Gemeinschaft erzeugt sich also vornehmlich durch die besondere Diskretion, mit der sie das private Leben voneinander verbirgt.

Die Architektur der Einfamilienhäuser spricht die Sprache der ›Sauberkeit‹ und ›Sicherheit‹, alles Lebendige, Spontane und Konfliktive ist in das uneinsehbare Innere der Häuser gewendet. Kulturelle Unterschiede zwischen den Bewohnern werden von der Architektur völlig negiert. Die Bewohner vermeiden es, sich von ihren Nachbarn zu differenzieren. *Nicht-Verschieden-Sein* erzeugt in ihnen das Gefühl, unter ihresgleichen zu sein und somit die Illusion von Sicherheit. Die Bewohner einer *Gated Community* leben sozusagen in einer ›fanatisch sanften‹⁴⁴ Mikro-Gesellschaft. Sie gehören höheren Einkommensklassen an. Das Wohnen in diesen Städten und den erhöhten Aufwand für Sicherheit muss man sich erst leisten können. »Hier zeigt sich der neue Städtebau ganz als Kind des Wirtschaftsbooms, der die amerikanische Gesellschaft sozial und ethnisch spaltet.«⁴⁵

Blockbuster Generation: Virtuelle Identität

Politisch standen die Achtziger Jahre in den USA im Zeichen einer konservativen Regierung.⁴⁶ In der Filmindustrie Hollywoods entstand schon Ende der 1970er Jahre ein Trend zu Megaerfolgen, allen voran *Star Wars Episode IV: A New Hope* (1979). Ein erfolgreicher Film war nun ein Event, an dem Millionen Menschen beteiligt waren, die den Film gesehen hatten und ihn nun beredeten, das dazugehörige Spielzeug für ihre Kinder kauften, Logos und Ikons der Filme auf T-Shirts trugen

und an die Wohnungswand klebten. Sie erzeugten damit – mit Karl Mannheim⁴⁷ gesprochen – die gemeinsame Lage einer Generation im sozialen Raum: die erste *Blockbuster Generation*.

Die Achtziger Jahre waren aber auch der Beginn von *Dolby Surround* und *Special Effects*. Man konnte nun davon ausgehen, dass es in einem Jahr etwa fünf bis zehn neue Megafilme geben würde, die allesamt ihren Weg in die *All-Time Charts* machen sollten.⁴⁸ Eine weitere Neuheit war die Prime Time Soap *Dallas* im Fernsehen, womit amerikanische TV-Produzenten den Weltmarkt eroberten. Einmal wöchentlich guckte man weltweit in die private Sphäre von Bobby und Pam, J.R., Sue Ellen und Miss Ellie,⁴⁹ allesamt reiche und schöne, gute und böse Männer und Frauen. Ob dies eine weltweite Uniformierung der Vorstellungen vom Familien- und Liebesleben oder von den wirtschaftlichen Problemen texanischer Öl-Millionäre erzeugte – gewissermaßen eine Globalisierung von Stereotypen –, ist empirisch kaum zu überprüfen. Wir nehmen an, dass der Mehrzahl der Zuschauer/innen durchaus klar ist, dass ihre eigenen Handlungsspielräume andere sind als die von Dollarmillionären in Kalifornien oder Texas. Dennoch dürften ihre Ideale – sei es in bezug auf körperliche Schönheit, auf die Einrichtung eines Hauses oder die Gestaltung eines Gartens – von diesen Vor-Bildern wenigstens beeinflusst werden.

Dieselben Achtziger Jahre brachten auch Veränderungen in den stadtnahen amerikanischen Siedlungen mit sich. Die Suburbanisierung und Zersiedelung amerikanischer Metropolen wurde für die Bewohner zum Problem, da erhöhtes Verkehrsaufkommen und unzureichende Infrastruktur das Leben im *Suburbia* zunehmend erschwerten. Die Bewegung des *New Urbanism*, kritische Nachfolgerin des *Kongresses für Neues Bauen* (CIAM), verschrieb sich der Lösung dieser globalen städtischen Probleme. Die kleine Stadt *Seaside* im Norden Floridas gilt als Beginn des *New Urbanism*. Sie ist fußgängerfreundlich und mit viel Grün gegliedert. Dem Film *The Truman Show* diente *Seaside* als Kulisse, und unter dem Namen *Seahaven* erlangte sie durch den Film Bekanntheit. Doch auch in der Realität gleicht sie – wie rund zweihundert andere Projekte des *New Urbanism* – einer Filmkulisse: Die Stadt liegt an einem der schönsten Strände Amerikas, alle Gebäude wurden – einheitlich – in neoviktorianischem Stil errichtet.⁵⁰

Mehr Freiheit, mehr Konsum, mehr Risiko

Freilich, nur kleine Minderheiten können es sich leisten, in Retorten-Städten zu leben, die, wie *Seaside*, gleichsam aus dem Film gepellt sind. In anderen urbanen Siedlungen und Vierteln fällt den Beobachtern auf, dass vollständige Klein-Familien zwar immer noch die Mehrheit der Haushalte ausmachen, aber andere Modelle an Bedeutung gewinnen und so die Pluralität der praktizierten Lebensformen erheblich zunimmt. Rosalyn Baxandall und Elizabeth Ewen heben für die Siedlung Levittown auf Long Island hervor: »More than a quarter of these houses now are occupied by

single-parent families or mother-daughter combos. Suburbs have become their own point of origin, spawning generation of families who live and work near each other and view the city as tourists would. In a poll conducted in the 1980s, 71 percent of Long Islanders disagreed with the statement. ›Long Island is merely a bedroom community of New York City‹, while only 16 percent agreed.⁵¹

Für das westliche Europa bemerkt der deutsche Soziologe Ulrich Beck, »dass wir Augenzeugen eines Gesellschaftswandels innerhalb der Moderne sind, in dessen Verlauf die Menschen aus den Sozialformen der industriellen Gesellschaft – Klasse, Schicht, Familie, Geschlechtslagen von Männern und Frauen – freigesetzt werden.«⁵² Der britische Soziologe Anthony Giddens spricht von der »Entbettung« sozialer Beziehungen oder sozialer Systeme (wie der Familie) aus ortsgebundenen Interaktionszusammenhängen.⁵³ Diese Freisetzung aus traditionellen Lebensmodellen und Ortsgebundenheiten erzeuge aber zugleich ein wachsendes Risiko, bei der Gestaltung des eigenen Lebens auch immer wieder zu scheitern oder folgenschwere Fehler zu machen. Die Befreiung des Einzelnen aus dem Zwang sozial-kultureller Traditionen (»Individualisierung«) bringe nicht nur erhöhten Druck, sein Leben und sein Zusammenleben mit anderen selbst zu gestalten, sondern erhöhe auch die Unsicherheiten und Risiken. Und nicht zuletzt stellt auch Ulrich Beck fest, dass die Menschen auf der Suche nach dem ›eigenen‹ Leben ganz überwiegend auf die Angebote der aktuellen Konsum-Welten zurückgreifen, um sich über ihre Kaufkraft und den Konsum der schönen Bilder und Dinge souverän zu erleben: »Auf der Suche nach Selbsterfüllung verwandeln sich die Menschen so in Produkte der Massenkultur und des Massenkonsums.«⁵⁴

Einiges von diesen Freisetzungen und neuen Unsicherheiten ist im Film *Back to the Future* (1985) von Robert Zemeckis gut zu studieren. Die Herkunftsfamilie des Teenagers Marty McFly ist zerrüttet, seine Mutter trinkt, sein Vater ist erfolglos und wird vom Vorgesetzten Biff unterdrückt, der Onkel sitzt im Gefängnis, und Marty wird von seinem Schuldirektor, Mr. Strickland, ungerecht behandelt. Diese bedrängte Lage der Familie ändert sich abrupt, als der Vater seinen Vorgesetzten Biff geschickt ausschaltet. Aus einer zerrütteten Familie wird eine glückliche und erfolgreiche Familie.

Der Einzelne ist seines Glückes Schmied, könnte man das neue »diskursive Skript«⁵⁵, das nicht nur diesem Film, sondern auch vielen Selbstentwürfen zugrunde liegt, mit einem alten handwerklichen Topos umschreiben. Mit anderen Worten: Jeder ist (sich selber) dafür verantwortlich, den gewachsenen Handlungsspielraum auch entsprechend zu nutzen und den Anspruch auf Autonomie zu realisieren. Doch soziologische Zeitdiagnosen stellen zugleich fest, dass der Zugewinn an persönlicher Gestaltungsautonomie infolge fortschreitender Enttraditionalisierung durch den gewachsenen Gestaltungsdruck und die medial vorgeführten Standards konterkariert wird. Die Möglichkeit, die privaten Beziehungen nach eigenen Vorstellungen und Werten zu gestalten und die eigene Identität wesentlich aus eigener Kraft herzustellen, bedeute auch einen erhöhten Entscheidungsdruck, »einen

›Zwang‹ eigener Art, nämlich eben den des (Mit-)Konstruierenmüssens derjenigen Alternativen, zwischen denen man wählen kann.«⁵⁶

Der Film *Back to the Future* zeigt vor, was zu konstruieren ist. Der Held wohnt in einer in den Fünfziger Jahren erbauten Einfamilienhaussiedlung. Von hier, einer halbwegs intakten Wohnform, reist Marty McFly in die Vergangenheit, wo er auf Lorraine Baines und George McFly trifft – zwei Teenager, die eines Tages seine Eltern sein werden. Seine zukünftige Mutter, die hübsche Lorraine, verliebt sich in ihn. Er löst die Verwicklung, bevor er wieder in die gegenwärtige Familie und Wohnform⁵⁷ zurückkehrt. Der Film konstruiert ein positives Stereotyp als Wohn- und Lebensform: das Einfamilienhaus mit Zufahrt, Doppelgarage, großzügigem Wohnzimmer und Wohnküche im Erdgeschoss, Schlaf- und Kinderzimmer im Obergeschoss, mit einem kleinen Garten, in dem das Gras kurz geschnitten ist. Kein Detail, das nicht funktional wäre in diesem durch und durch ideologischen Entwurf. ›Haus‹ und ›Familie‹ fügen sich, jedes auf normative Weise, zum alles überragenden Normkomplex des ›bürgerlichen‹ Familien-Hauses. »Nichts geht mehr einem Ziel entsprechend vor, alles geht aus dem Modell hervor.«⁵⁸

Wohnen, so haben wir gesehen, produziert Identität und schafft Bindungen an einen Ort, der umso bedeutsamer wird, als ansonsten Individuen und soziale Systeme aus ortsgebundenen und tradierten Kontexten »entbettet« (Giddens) werden. Als Praxis symbolisiert Wohnen immer auch öffentlich diskursiv angebotene und verhandelte Werte, Werte »einer bereits vielfach vorkonstruierten Welt in ihrer konkreten Geschichte, aber auch eine individuelle und sozial gebundene Reaktion auf eben diese vorkonstruierte Welt.«⁵⁹ Eben deshalb aber ist die empirische Wirklichkeit doch immer noch bunter als die medial transportierten Modelle für Wohnen und Familienleben. Auch die Idealisierung des Lebens im Einfamilienhaus durch den erfolgreichsten Hollywood-Film wird nicht ein realiter einheitliches praktisches Familienleben produzieren, sondern eine ›Vorstellung‹ verbreiten vom Leben im Einfamilienhaus, die von den Individuen und Gruppen je nach Stellung und Lage im sozialen Raum immer nur annähernd realisiert werden kann. »Die Fernseh-, Video- und Computerwelt«, so Dietmar Kamper, »hat das Erbe einer Geschichte der Einbildungskraft am Hals. Idol und Idylle zugleich, suggeriert der Bildschirm eine unendliche Macht der Phantasie.«⁶⁰ Das Objekt Einfamilienhaus wird so ebenso zum Interpretationsfeld wie das Modell Familie. Die medialen Bildwelten Hollywoods, der TV-Stationen und der Werbewirtschaft liefern idealisierte Vor-Bilder, die das Handeln in differenten Lebens- und Arbeitsbedingungen orientieren, obgleich und vielleicht sogar *weil* sie dem jeweils wirklichen Leben höchstens *ähneln*.

Anmerkungen

- ¹ Diese Untersuchung basiert auf einem Forschungsaufenthalt in Los Angeles und Las Vegas gemeinsam mit Markus Bogensberger, dem ich an dieser Stelle für umfangreiche Diskussionen und wichtige Anregungen danke.
- ² Dietmar Kamper, Der Januskopf der Medien. Ästhetisierung der Wirklichkeit, Entrüstung der Sinne. Eine metatheoretische Skizze, in: Florian Rötzer, Hg., Digitaler Schein. Ästhetik der elektronischen Medien, Frankfurt am Main 1991, 94.
- ³ Wolfgang Welsch, Unsere postmoderne Moderne, 3. durchgesehene Auflage, Weinheim 1991, bes. 18 ff.
- ⁴ Gert Kähler, Hg., Einfach schwierig. Eine deutsche Architekturdebatte. Ausgewählte Beiträge 1993-1995, Braunschweig u. Wiesbaden 1995.
- ⁵ Jean-Francois Lyotard, Beantwortung der Frage: Was ist Postmodern?, in: Peter Engelmann, Hg., Postmoderne und Dekonstruktion. Texte französischer Philosophen der Gegenwart, Stuttgart 1997, 37.
- ⁶ Roland Rainer, Nichts gegen Häuselbauer, in: Spektrum, 14., 15. u. 16. 8. 1998 und Friedrich Achleitner, Der Traum vom Häuslbau'n, in: Falter 31/1998.
- ⁷ Lyotard, Postmodern, wie Anm. 5, 37.
- ⁸ Ebd., 37 f.
- ⁹ Vgl. John Russel Taylor, Fremde im Paradies. Emigranten in Hollywood 1933 – 1950, Berlin 1984 und Robert Sklar, Movie Made Amerika. A Cultural History of American Movies, New York 1994.
- ¹⁰ Ina-Maria Greverus, Kultur und Alltagswelt. Eine Einführung in Fragen der Kulturanthropologie, Frankfurt am Main 1987, 12 f.
- ¹¹ Dietmar Pertsch, Jüdische Lebenswelten in Spielfilmen und Fernsehspielen. Filme zur Geschichte der Juden von ihren Anfängen bis zur Emanzipation 1871, Tübingen 1992.
- ¹² Ebd.
- ¹³ Mike Davis, City of Quartz. Ausgrabungen der Zukunft in Los Angeles, Berlin 1990, 38 f.
- ¹⁴ Ebd., 48, 53.
- ¹⁵ Willi Paul Adams, Hg., Die Vereinigten Staaten von Amerika, Frankfurt am Main 1977, 290 ff.
- ¹⁶ Adolf Heinzlmeier u. a., Kino der Nacht. Hollywoods Schwarze Serie, o.O. o.J., 108 f.
- ¹⁷ John Russel Taylor, Fremde im Paradies, wie Anm. 9, 19 ff.
- ¹⁸ Sergej Eisenstein träumte von einem intellektuellen Film, der ohne Umschreibung direkte Formen für Gedanken, Systeme und Begriffe entwickeln und so Denkprozesse fördern könnte. Er meinte damit Lenins Wort, dass »das Kino die wichtigste von allen Künsten ist«, gerecht zu werden. Vgl. Sergej M. Eisenstein, Dramaturgie der Film-Form. Der dialektische Zugang zur Film-Form, in: Franz-Josef Albersmeier, Hg., Texte zur Theorie des Films, Stuttgart 1998, 301.
- ¹⁹ John Russel Taylor, Fremde im Paradies, wie Anm. 9, 36 ff.
- ²⁰ Volksstimme, 39/28. September 2000.
- ²¹ Ebd.
- ²² Davis, City, wie Anm. 13, 39.
- ²³ Ebd, 69.
- ²⁴ Ebd.
- ²⁵ Pierre Bourdieu, Rede und Antwort, Frankfurt am Main 1992, 187.
- ²⁶ Pierre Bourdieu, Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyli-schen Gesellschaft, Frankfurt am Main 1976.
- ²⁷ Pierre Bourdieu, Über das Fernsehen, Frankfurt am Main 1998, 18.
- ²⁸ Ebd.
- ²⁹ Elk Häuser fürs Leben, o.O., o.J., 30.
- ³⁰ Zygmunt Bauman, Flaneure, Spieler und Touristen. Essays zu postmodernen Lebensformen,

- Hamburg 1997, 248 f.
- ³¹ Jean Baudrillard, *Agonie des Realen*, Berlin 1978.
- ³² Jean Baudrillard, *Der symbolische Tausch und der Tod*, München 1991, 120 f.
- ³³ Das Wirtschaftsvolumen für das Produkt ›Freizeit‹ in Deutschland erreichte im Jahr 2000 die Höhe von 465 Milliarden Mark, das sind rund 13 Prozent des Bruttosozialproduktes.
- ³⁴ Thomas Blieninger, *Urban Entertainment Center. Erlebnisstrategien für freizeithungrige Großstädter*, in: Andreas Ungerböck, Hg., *Österreichisches Kinohandbuch*, Wien 2000, 49.
- ³⁵ Detlev Ipsen, *Regionale Identität. Überlegungen zum politischen Charakter einer psychosozialen Raumkategorie*, in: Rolf Lindner, Hg., *Die Wiederkehr des Regionalen. Über Formen kultureller Identität*, Frankfurt am Main u. New York 1994, 235.
- ³⁶ Vgl. <http://www.nzz.ch/2001/02/09/fi/page-article73IM8.html> (17.04.2001)
- ³⁷ Ebd.
- ³⁸ Norbert Bolz, *Stadtentwicklung zwischen Kunst und Kommerz*, in: *kursiv*. 6-4 1999, 4 ff.
- ³⁹ Jean Baudrillard, *Reise zu einem anderen Stern*, Berlin 1996, 67.
- ⁴⁰ Richard Münch, *Europäische Identitätsbildung. Zwischen globaler Dynamik, nationaler und regionaler Gegenbewegung*, in: Herbert Willems u. Alois Hahn, Hg., *Identität und Moderne*, Frankfurt am Main 1999, 469.
- ⁴¹ Hermann Lübke, *Pluralisierung. Über den Zerfall der Massengesellschaft in der kulturellen Evolution*, in: *Science Fiction: I*, 4 Tonkassetten.
- ⁴² Marc Augé, *Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit*, Frankfurt am Main 1994.
- ⁴³ Anna Schober, *Kino Passion. Soziale Räume und politische Bewegungen in Wien seit 1945*, in: *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften* 12. Jg. (2001)1.
- ⁴⁴ Jean Baudrillard, *Transparenz des Bösen. Ein Essay über extreme Phänomene*, Berlin 1992, 96.
- ⁴⁵ Ebd.
- ⁴⁶ Unter dem republikanischen Präsidenten Ronald W. Reagan rückte die Weltmachtstellung der USA und eine ›innere Erneuerung‹ gegenüber sozialer Verantwortung in den Vordergrund (Unterstützung der Diktaturen in El Salvador, Honduras und Guatemala sowie der in Nicaragua kämpfenden Contras, 1983 Invasion Grenadas durch US-Truppen, 1989 Intervention in Panama). Die militärische Aufrüstung der USA, vor allem auch wegen des Golfkrieges, führte zu einem beträchtlichen Staatsdefizit, sollte jedoch die Ordnungsmacht der USA stärken. Mitte der 1980er Jahre begann schließlich eine Reformpolitik, die auf einen Ausgleich mit der Sowjetunion abzielte und ein Ende des Kalten Krieges absehbar werden ließ.
- ⁴⁷ Karl Mannheim, *Das Problem der Generationen*, in: *Kölner Vierteljahreshefte für Soziologie* 2 u. 3, 1928.
- ⁴⁸ 1981 entstanden mehrere Filmhits. Der erste Erfolg wurde Martin Scorseses *Wie ein wilder Stier* mit Robert de Niro in der Hauptrolle des Boxers Jake la Motta. Als Mitte 1979 der erste Trailer zu *Das Imperium schlägt zurück* in den amerikanischen Kinos gezeigt wurde, war bereits klar, dass auch 1980 ein *Star Wars*-Jahr werden würde, was dann auch eintraf. *Episode V* startete im Mai 1980 in den USA und wurde auf Anhieb die Nummer 1 der Box Office Charts. Andere Kinohits des Jahres wurden Robert Redfords Regiedebüt *Eine ganz normale Familie*, *Wenn der Postmann zweimal klingelt*, *Dressed To Kill*, *Brubaker*, *La Boum – Die Fete – Eltern unerwünscht* und *Nashville Lady*. 1982 wurde zum Jahr des Außerirdischen, der nach Hause telefonieren will. *E.T. – Der Außerirdische* trat seinen Siegeszug um die Welt an und eroberte Millionen Zuschauer. In kürzester Zeit schaffte es der von Steven Spielberg inszenierte Film, Nummer 1 der Box Office All-Time Charts zu werden und stürzte damit den *Krieg der Sterne* vom Thron. Vgl. <http://www.zeitverleih.de/80er/mov/index.html> (21.3.2001)
- ⁴⁹ Vgl. Joana Breidenbach u. Ina Zukrigl, *Tanz der Kulturen. Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt*, München 1998, 68 f.
- ⁵⁰ Vgl. Harald Bodenschatz, *Suche nach einem besseren Leben*, in: *Berliner Zeitung*, 15.1.2000.

- ⁵¹ Vgl. Rosalyn Baxandall u. Elizabeth Ewen, *Picture Windows. How the Suburbs Happened*, New York 2000, 210.
- ⁵² Ulrich Beck, *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*, Frankfurt am Main 1986, 115.
- ⁵³ Anthony Giddens, *Konsequenzen der Moderne*, Frankfurt am Main 1995, bes. 33 ff.
- ⁵⁴ Ulrich Beck, *Die Sozialmoral des eigenen Lebens*, in: ders. u. Ulf Erdmann Ziegler, *Eigenes Leben. Ausflüge in die unbekannte Gesellschaft, in der wir leben*, München 1997, 116-123.
- ⁵⁵ Reinhard Sieder, *Von Patriarchen und anderen Vätern. Männer in Familien nach Trennung und Scheidung*, in: *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften* 11 (2000) H. 3, 83-107, hier 87.
- ⁵⁶ Michael Wehrspaun, *Alternative Lebensformen und postmoderne Identitätskonstitution*, in: Kurt Lüscher u. a., Hg., *Die ›postmoderne‹ Familie. Familiäre Strategien und Familienpolitik in einer Übergangszeit*, Konstanz 1988, 165.
- ⁵⁷ Nachdem Marty aus der Zukunft zurückkommt, ist zwar der Stil der Wohnungseinrichtung anders, an der Grundstruktur des peripheren Einfamilienhauses mit Garage, Garten, Wohnzimmer mit integrierter Küche, Jugendzimmer im Erdgeschoss und Schlafräumen im Obergeschoss wird jedoch festgehalten.
- ⁵⁸ Baudrillard, *Tausch*, wie Anm. 32, 89.
- ⁵⁹ Elisabeth Katschnig-Fasch, *Möblierter Sinn. Städtische Wohn- und Lebensstile*, Wien u. a. 1998, 18.
- ⁶⁰ Dietmar Kamper, *Unmögliche Gegenwart. Zur Theorie der Phantasie*, München 1995, 76.