

Nutzungshinweis: Es ist erlaubt, dieses Dokument zu drucken und aus diesem Dokument zu zitieren. Wenn Sie aus diesem Dokument zitieren, machen Sie bitte vollständige Angaben zur Quelle (Name des Autors, Titel des Beitrags *und* Internet-Adresse). Jede weitere Verwendung dieses Dokuments bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Autors. Quelle: <http://www.mythos-magazin.de>

Mythos und Film

**Hausarbeit zur Erlangung
des Grades Magistra Artium
der Philosophischen Fakultät der
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf**

**von
Snezana Horak**

**Prüfer im Hauptfach:
Prof. Dr. Peter Tepe**

März 2012

Anders gesagt: des Menschen Wille ist sein Himmelreich und der Wunsch der Vater des Gedanken. Man muss sowohl die Hilflosigkeit des Menschen als auch die wiederkehrenden großen Fragen des Lebens als Endlosschleife annehmen, um derartige Mechanismen verstehen zu können.

die mehr über unsere Gesellschaft sagt, als über die eigentliche Theorie Darwins: *Es überlebt der am besten Angepasste und Stärkste*. Das Dasein basiert auf Konkurrenzkampf und auf Selektion. Und das ist ein wunderbarer Mythos für eine *kapitalistische Gesellschaft in der sich das Produkt und der Mensch durchsetzt, die am besten angepasst und am stärksten sind*. Man könnte auch eine komplette Evolutionstheorie auf Konzepten von Kooperation und Solidarität aufbauen, aber diese Idee scheint in unserer Gesellschaft nicht wirklich Fuß zu fassen. Also haben wir die wissenschaftliche Theorie, die den höchsten Wahrheitsanspruch hat, so umgeformt, dass sie aus der Sicht unserer Gesellschaft Sinn macht.³⁶

Spätestens hier wird klar, dass Menschen in Bezug auf einen *Mythos* mutwillig und mit erklecklicher Energie handeln, um ihn zu erschaffen.

3.1 Die Verwendung des Begriffs Legende

Der Begriff ist vom lateinischen Wort „legenda“ abgeleitet, übersetzt bedeutet es: *die zu lesenden Stücke* und bezeichnet ursprünglich eine Geschichte zum Vorlesen.

Diese Geschichten entstammen auch den Lebensbeschreibungen von Heiligen und Märtyrern, die an ihren Gedenktagen gelesen wurden (z.B. Franz von Assisi), und waren in Versen oder in Prosa verfasst.

Im neueren Sprachgebrauch ist der Begriff zu einem Synonym für einen historisch gar nicht oder schlecht belegten Bericht zu den Themen Wunder, Erscheinungen oder übersinnliche Dinge im Ganzen geworden.

Legenden oder Sagen können nur als solche gelten, wenn sie auf realen Ereignissen basieren oder aber höchstwahrscheinlich geschehen sind. Die Artus-Legende ist ein Beispiel dafür, dass mit großer Wahrscheinlichkeit tatsächlich eine Person existierte, deren Lebenslauf zumindest in Teilen der vorgetragenen Legende entsprach.

Kult-Legenden berichten über den Ursprung oder die Herkunft bestimmter religiöser Orte, Bräuche und Gegenstände. Bemerkenswert ist, dass es tatsächlich Legenden in allen Religionen der Welt gibt.

In der Zeit der Aufklärung wurden Legenden von Denkern wie Voltaire und Lessing massiv abgewertet und verspottet, in der Romantik hingegen oft als dankbarer Überbau für literarische Themen (z.B. Novalis) aufgegriffen. Legenden sollten der *Erbauung* dienen und *lehrhaften Charakter* aufweisen.

³⁶ mit Annika Strauss für ethmundo.de am 17.12.2007

Legenden beziehen sich heutzutage etwa auf großartige Siege oder Erfolge eines Sportlers oder auch auf bewunderte und eindrucksvolle Personen: die zur Legende gewordenen Beatles.

Der Begriff wird ebenfalls gerne adjektivisch verwendet: z.B. das legendäre Elfmeterschießen im Fußball.

Aber der Begriff weist Synonyme auf, die der Filmwelt durchaus ideal entsprechen: „erstaunlich, unglaublich, unwahrscheinlich, unwirklich, bedeutend, bekannt, berühmt, gefeiert, in aller Munde, namhaft, weltbekannt, weltberühmt, illustert, renommiert“.³⁷

1999 veröffentlichte das American Film Institute in Los Angeles eine Rangliste der je 25 größten männlichen wie weiblichen Filmlegenden des 20. Jahrhunderts. Es kann nicht verwundern, dass vornehmlich einheimische Größen vermerkt wurden, aber die Darstellerinnen europäischer Provenienz sind zumindest in den Top Ten in Überzahl: Audrey Hepburn (3), Ingrid Bergman (4), Greta Garbo (5), Elizabeth Taylor (7), Marlene Dietrich (9). Bei den Männern taucht in Einsamkeit an Stelle 14 Laurence Olivier auf, die US-amerikanische Übermacht ist eindeutig. Man darf festhalten, dass es der amerikanischen Filmindustrie teils an charismatischen nationalen Schauspielerinnen mangelte, wenngleich Bette Davis oder Marilyn Monroe, jeweils zu ihrer Zeit, die Leinwände zweifelsohne beherrschten.

Einerseits habe ich den Eindruck gewonnen, dass in modernen Zeiten der Tod eine unabdingbare Voraussetzung für die *Mythologisierung* einer Person darstellt, andererseits, dass noch Lebende häufig zur Legende verklärt werden.

Schwierig wird die Sachlage, wenn diese *lebenden Legenden* auch sterben, denn es scheint entweder lange zu dauern, bis sie im Sprachgebrauch zum *Mythos* avancieren oder es gelingt überhaupt nicht. Die Gründe hierfür liegen nicht schlüssig auf der Hand, es sei denn, es fehlen andere Voraussetzungen außer dem Ableben.

Nun zu den Filmen, hier spielen die alljährlich verliehenen Oscars die alles andere verdrängende Rolle.

Vom Winde verweht ist die Verfilmung des Romans von Margaret Mitchell, der nach der Veröffentlichung 1936 zum bis dahin größten Bestseller der US-amerikanischen

³⁷ www.duden.de/rechtschreibung/legende

Literaturgeschichte geworden war. Der Film gewann zehn Oscars und belegte damit bis 1960 den ersten Platz der Oscargeschichte.

Die aufwendigste Produktion seiner Zeit war das Epos *Ben Hur* aus dem Jahr 1959, der Film musste das kurz vor dem Ruin stehende Filmstudio *MGM* retten; das monumentale Filmprojekt setzte dazu auf einen unvorstellbaren Personal- und Materialaufwand: 365 Sprechrollen, 50.000 Komparsen, über eine Million Requisiten und 40.000 Tonnen Mittelmeersand trugen dazu bei, dass die Rettungsaktion zum Erfolg wurde. Nach einer fünfjährigen Vorbereitungszeit und einer Drehzeit von zwei Jahren gewann *Ben Hur* elf Oscars und verdrängte damit *Vom Winde verweht* von Platz eins der Oscar-Liste.

Der Film *Titanic* aus dem Jahr 1997 gewann genau wie *Ben Hur* elf Oscars und führt zudem die Liste der höchsten Einspielsummen an. Auch die *Herr der Ringe* - Trilogie war erfolgreich, der Film gewann ebenso elf Oscars und zog damit mit *Ben Hur* und *Titanic* gleich.

Man darf feststellen, dass es grundsätzlich leichter ist, ein Objekt (Film) oder eine Person zur Legende zu erklären, die kollektive Übereinkunft kann umgehend erfolgen; zudem stellt es mithin die unabdingbare Vorstufe zum *Mythos* dar.

3.2 Die Verwendung des Mythos-Begriffs in der Filmfachzeitschrift CINEARTE

Die Zeitschrift CINEARTE, von Peter Hartig im Jahr 2003 in Zusammenarbeit mit dem Branchen-Internetportal CREW UNITED gegründet und seitdem monatlich publiziert, beschäftigt sich mit der Filmbranche in einer Art Innenschau: „All diejenigen beim Namen zu nennen und ihre Leistung beim Entstehen eines Films gleichberechtigt herauszustellen, ist das Ziel von CINEARTE. Vor allem wollen wir Sie aber informieren. Kompakt, weil keiner Zeit zum Lesen hat, und aktuell.“, so lautet die Marschrichtung, formuliert in Ausgabe 1 vom 25.09.2003.³⁸

Die Frage, die sich im Zusammenhang mit dem Thema dieser Magisterarbeit stellt, lautet also folgerichtig: Geht eine Zeitschrift für den geschlossenen Kreis der Filmmacher wesentlich anders mit dem *Mythos*begriff um? Ist genügend Abgeklärtheit, Distanz vorhanden, ist das Schwärmerische heruntergekocht auf ein Normalmaß der

³⁸ https://www.crew-united.com/cinearte_ssl/download.asp?IDU=20

Aufgeklärtheit, um dem inflationären Gebrauch dieses Begriffes in den Klatschspalten der *Yellow Press* etwas entgegenzusetzen?

Auch Filme-Macher sind Film-Konsumenten, doch ist der Blick auf das Produkt nicht notwendig distanzierter, wenn man selbst im Berufsalltag Berührung mit beliebten *Stars* hat und erkennt, dass auch hier nur normale Menschen am Werk sind?

Meine zweifelsfreie Mutmaßung im Vorfeld der Untersuchung war natürlich, dass eine geschlossene Gemeinschaft von Filmschaffenden, die täglich erlebt, wie etwa eine berühmte und beliebte Darstellerin nicht nur äußerst zickig ist, sondern teure Sonderbehandlungen (z.B. eigener Chauffeur) verlangt, oder einen Hauptdarsteller erlebt, der nicht nur ausgesprochen hohe Gagen kassiert, sondern obendrein seinen Text nie kennt, da der Alkoholkonsum ein offenes Geheimnis darstellt, mit diesem Thema *Mythos* selbstverständlich äußerst distanziert und betont sachlich umgeht.

Untersucht man die nunmehr 256 (bis Dezember 2011) Ausgaben dieser Fachzeitschrift, entdeckt man auf den ersten Blick, dass auch die Autoren dieser Publikation nicht um die Verwendung des Begriffes *Mythos* herumkommen.

Nachstehend zitiere ich in einer repräsentativen Auswahl Beispiele und zwar in chronologischer Reihenfolge des Erscheinungsdatums:

„Ich seh’ dir in die Augen, Kleines.“ Bogarts immer wiederkehrender Satz, der für seine Liebe zu Bergmann gleichsam als Synonym steht, wie Heinzlmeier, Menningen und Schulz schreiben (Kultfilme) – dieser Satz ist in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen.

Ad nauseam wird er zitiert und nachgebetet, variiert und verfremdet. In Unterhaltungen stiftet er die Gemeinschaft der Casablanca-Kenner, Büchern und Zeitungsartikeln dient er immer wieder gerne als beziehungsreicher Titel, und auf Plakaten lässt sich mit ihm für nahezu alles werben – von Urlaubsreisen bis hin zu strahlungsarmen Computern.

Der Mythos triumphiert. Wenn Bogey das noch erleben dürfte! Er würde leider von all dem nichts begreifen. Denn Rick Blaine hat diesen Satz nie gesagt. Die Aufgeregtheit der Deutschen geht auf ein Missverständnis zurück. Kein Mensch in den USA zitiert den Satz kennerhaft; im Original rauscht er nahezu unbemerkt vorüber.

Doch deutsche Fans zerfließen vor Hingabe – wegen eines Übersetzungsfehlers.

“Here’s looking at you, kid” sagt Rick zu Ilsa.” (Zur Synchronarbeit an *Casablanca* in

Nr. 11 v. 04.12.2003, S. 4)

„Zum Beispiel die Indianer: 1970 entzauberten zwei Filme den *Mythos von der rettenden Kavallerie* recht drastisch: Das Wiegenlied vom Totschlag und Little Big Man zeigten, was die Armee tatsächlich im Wilden Westen trieb.“ (Aus der Kritik zum Film *Samurai* in Nr.14 v. 08.01.2004, S. 7)

„*Mythos und Realität* der modernen Dienstleistungsarbeit hatte das Bundesministerium für Bildung und Forschung untersuchen lassen; im Rahmen des Projekts nahmen Kira Marrs und Dr. Andreas Boes 'Arbeits- und Leistungsbedingungen von Film- und Fernsehschaffenden' unter die Lupe.“ (Nr. 20 v. 19.02.2004, S. 3)

„*Abschied vom Mythos*: Es schien schon beschlossene Sache, die fünfmonatigen Verhandlungen waren so gut wie abgeschlossen – dann kam doch alles anders: Studio Hamburg wird die Filmstudios in Babelsberg nun doch nicht übernehmen.“ (Nr. 41 v. 15.07.2004, S. 2)

„Drei Jahre vorher hatte sich schon Chen Kaige (*Lebewohl, meine Konkubine*) des *Gründungsmythos* des vereinigten Chinas angenommen.“ (Zur TV-Ausstrahlung des Films *Der Kaiser und sein Attentäter* in Nr. 42 v. 22.07.2004, S. 8)

„Christoph Fisser und Carl Wobcken wollen Studio Babelsberg ‚fit machen für die Zukunft, damit es ein *lebendiger Mythos* und keine tote Legende ist‘, erklärten die beiden vorige Woche vor Journalisten.“ (Nr. 43 v. 29.07.2004, S. 3)

„Sie zieht sich anschließend in ihre Pariser Wohnung zurück. Ihre letzte Filmrolle hat sie 1978 neben David Bowie im Rollstuhl in *Schöner Gigolo, armer Gigolo*. Jahre später dreht Maximilian Schell eine Dokumentation über ihr Leben, er darf allerdings keine aktuellen Bilder verwenden, wohl aber ihre Stimme. *Marlene will den Mythos, der sich Zeit ihres Lebens um sie entwickelt hat*, nicht zerstören. Die Leute sollten nur den glamourösen Star, die Legende Dietrich in Erinnerung behalten.“ (Zum Berliner *Boulevard der Stars* in Nr. 53 v. 21.10.2004, S. 8)

„Karim Ainouz zeichnet in seiner Hommage an den legendären lateinamerikanischen Transvestiten und Kriminellen Joao Francisco dos Santos das *Porträt eines brasilianischen Mythos*, der zugleich Heiliger und Teufel ist.“ (Aus der Kritik zum brasilianischen Drama *Madame Sata* in Nr. 54 v. 28.10.2004, S. 10)

„Der Film begibt sich auf die Reise von Süddeutschland nach Mexiko, Hawaii, Sansibar und schließlich Rumänien und versucht das *Geheimnis dieses Mythos* zu ergünden.“ (Kommentar zum Dokumentarfilm über das Lied *La Paloma* in Nr. 58 v. 02.12.2004, S. 4)

„Basierend auf dem semidokumentarischen Roman des Ex-Mafia-Mitglieds Nicholas

Pileggi *Wise Guy – Der Mob von innen*, räumt Scorsese mit dem *Mythos* auf, den Francis Ford Coppola mit seiner *Pate*-Trilogie geschaffen hatte.“ (Aus der Kritik zu „Goodfellas“ von 1990 in Nr. 59 v. 09.12.2004, S. 9)

„Ebenfalls vier *Löwen* gewann Marek Najbrts *Mistri (Champions)*, wiederum eine Gesellschaftsparabel, aber doch anders. In seiner bitterschwarzen Komödie greift Najbert auf einen *Mythos der jüngeren tschechischen Geschichte* zu, der in seinem Geburtsjahr wurzelt: Bei der Weltmeisterschaft 1969, kurz nachdem russische Panzer den Prager Frühling niedergewalzt hatten, besiegte die tschechoslowakische Eishockey-Mannschaft die des großen Brudervolks.“ (Zur tschechischen Filmpreisverleihung in Nr. 70 v. 10.03.2005, S. 5)

„Clint Eastwood gab dem Genre und seinem *Ur-Mythos* mit dem Film *Erbarmungslos* 1992 eine neue Perspektive und erzählte eine Geschichte mit Charakteren, die beide viel komplexer waren als in den Western, die die Zuschauer gewohnt waren. Danach haben andere Regisseure versucht, Ähnliches zu drehen (auch Costner mit *Wyatt Earp*), aber *Erbarmungslos*, der auch schon 13 Jahre zurückliegt, scheint der letzte denkwürdige Western zu sein.“ (Nr. 80 v. 19.05.2005, S. 4)

„Wohlweislich wurden für die Invasion vor allem Soldaten aus den Kolonien Neuseeland und Australien eingesetzt, wie schon Peter Weir in seinem unzählige Male gepriesenen *Gallipoli* 1981 unterstrichen hatte. Was für die eine Seite zum Trauma wurde, war der anderen ein *Mythos* und wurde unzählige Male dokumentiert.“ (Zum türkischen Dokumentarfilm „Gallipoli“ in Nr. 81 v. 26.05.2005, S. 8)

„Wir glauben nicht an den *Mythos einer deutschen Filmindustrie*. Dieser *Mythos* jedoch ist die Grundlage des real existierenden deutschen Films. Eine deutsche Filmindustrie gibt es nicht.“ (Die „Ludwigshafener Position“ in Nr. 90 v. 18.08.2005, S. 6)

„Nicolai Albrecht inszenierte den *Mythos Autobahn* als Abschlußarbeit an der DFFB.“ (Zum Drama *Mitfahrer* in Nr. 96 v. 10.11.2005, S. 20)

„Das hatte auch Michael Cimino erfahren müssen, als er mit *Heaven's Gate – Das Tor zum Himmel* dem *größten Mythos der Nation* den Zauber nahm und das Studio und seine Karriere ruinierte.“ (Nr.116 v. 17.08.2006, S. 4)

„Dem *Mythos 'Künstlercafé'* wollte Regisseurin Daniele Thompson mit diesem Episodenfilm auf die Spur kommen.“ (Kommentar zur französischen Komödie „Ein perfekter Platz“ in Nr. 117 v. 31.08.2006, S. 13)

„Julien Temple (*Absolute Beginners*), der seit Jahren lieber Musikvideos als Spielfilme inszeniert, geht der Lebens- und Schaffensgeschichte von Strummer nach und *differenziert zwischen Mythos und Wirklichkeit*.“ (Kommentar zum Dokumentarfilm

über Joe Strummer in Nr. 136 v. 24.05.2007, S. 24)

„Der Langspielfilm lässt einen *bekannten griechischen Mythos* zum Leben erwecken und adaptiert diesen auf unsere heutige Zeit: Verbannt in den endlosen Weiten einer erdrückenden Wüste erfährt der Junge Zeus die Wahrheit über die Vergangenheit seiner Familie.“ (Zum deutschen Drama *Kronos* in Nr. 145 v. 27.09.2007, S. 24)

„Das *Jogo Bonito*, das schöne Spiel der Brasilianer, ist ein *Mythos* nicht nur in Brasilien.“ (Zur Dokumentation über brasilianischen Fußball in Nr. 148 v. 08.11.2007, S. 18)

„Der Autor Jon Krakauer machte den *Aussteiger* Chris McCandless zum *Mythos*.“ (Zum Drama *Into the Wild* in Nr. 154 v. 31.01.2008, S. 18)

„Warum nicht den *Westernmythos* in die Gegenwart übertragen und ihn mit Spitzen des Krimigenres spicken? Das dachten sich die Brüder Ethan und Joel Coen und verfilmten die Erzählung von Cormac McCarthy.“ (Zu *No Country for old men* in Nr. 156 v. 28.02.2008, S. 23)

„Jahrelang hatte sich Nikolai Müllerschön in den USA vergeblich um die Realisierung seines Drehbuchs bemüht, in dem er den *alten Mythos* zeitgemäß interpretiert. „*Richthofen* war der erste Pop-Star des Jahrhunderts“, glaubt der Regisseur.“ (Zum Film *Der rote Baron* in Nr. 159 v. 10.04.2008, S. 24)

„Mit innovativen Mitteln hinterfragt Autor und Regisseur Wilfried Hauke den *Mythos* ‚*Lincoln*‘ und lässt die amerikanische Ikone in neuem Licht erscheinen.“ (Zum TV-Doku-Drama *Lincolns letzte Nacht* in Nr. 160 v. 24.04.2008, S. 24)

„Als Hüter und Exekutive der Macht, aber damit auch als *Bewahrer des Mythos ihrer Notwendigkeit und Legitimität* sah die Politik bekanntlich im Film von Anfang an eine potentiell gefährliche Konkurrenz im Wettstreit um die öffentliche Meinungsbildung. Deshalb wurde der Film stets unter besondere staatliche Bewachung und Kuratel gestellt. Für die betroffenen Dokumentaristen bedeutete dies schon prinzipiell eine gewisse kritische Distanz zur Obrigkeit.“ (Peter Krieg in einem Vortrag über die Situation der Dokumentarfilmer in Nr. 165 v. 03.07.2008, S. 2)

„Die Krupps sind eine *Familiendynastie – ein deutscher Mythos* des 20. Jahrhunderts.“ (Zum TV-Dreiteiler *Krupp* in Nr. 166 v. 17.07.2008, S. 6)

„Mit dem *Mythos der uneingeschränkten, instinktiven Mutter* will Regisseurin Emily Atef aufräumen.“ (Zum deutschen Drama *Das Fremde in mir* in Nr. 172 v. 09.10.2008, S. 24)

„In mehr als 100 Folgen blickte die *Süddeutsche Zeitung* in ihrem Feuilleton von 1994 bis 2004 auf ‚*Verblaßte Mythen*‘ zurück. Dazu gehörten unter anderem:

'Der Verleger', 'Der Kurfürstendamm', 'Der Liebesbrief', 'Der Hausarzt', 'Das Happy End', 'Heidelberg', 'München', 'Das Rauchen', 'Das Stundenhotel', 'Feminismus', 'Die USA' und 'Das deutsche Volk'. Die Texte wurden von verschiedensten Autoren verfasst. *'Der Produzent'* erschienen am 15. Januar 1999, war der einzige Filmberuf in dieser Reihe.“ (Zum 80. Geburtstag von Günter Rohrbach in Nr. 173. v. 23.10.2008, S. 10)

„Wenn Stanislaw Mucha einen Film über *Rumäniens gewaltigsten Mythos und Exportschlager Dracula* dreht, dann ist schnell klar, dass dies keine einfache Vampir-Doku wird, sondern eine munter-absurde Exkursion zum berühmtesten Vampir der Welt und seinen Anhängern (nicht nur) in Südosteuropa.“ (Zum Dokumentarfilm *Die Wahrheit über Dracula* in Nr. 174 v. 06.11.2008, S. 8)

„*Der Venetianer Mythos* (TV-Dokumentarfilm, Digibeta, 45 Minuten, Regie Sven Hartung, Drehbuch Sven Hartung, Jens Essig, Produktion Miramedia.) Auf der Spurensuche nach dem *Mythos Zwerg – einer weltbekannten Sagen- und Märchenfigur*. Sie führt ins mittelalterliche Venedig und erklärt, basierend auf neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen erstmalig, was die 'Sieben Zwerge' mit der Glasherstellung in Murano verbindet...“ (Nr. 180 v. 29.01.2009, S. 21)

„Dem „*griechischen Mythos der blonden Frau*“ geht der Dokumentarfilm *Kafenio* von Jasin Challah nach, in dem sich griechische Männer jenseits der 70 an ihre erotischen Abenteuer mit Touristinnen erinnern – eine besondere Annäherung also zweier unterschiedlicher Kulturen.“ (Nr.183 v. 12.03.2009, S. 8)

„*Forever Angel* (Arbeitstitel. Dokumentarfilm, Kino/TV, 90 Minuten Drehbuch und Regie Marcel Wehn Produktion Indi Film). Lutz Schelhorn ist Fotograf und Präsident der Hells Angels Stuttgart. *'Forever Angel'* begibt sich mit ihm auf die Reise *zwischen Mythos und Wirklichkeit* und fragt nach den Menschen unter den Angels-Kutten.“ (Nr. 191 v. 02.07.2009, S. 38)

„*Teddy ist Kult, Mythos und Symbol*. Für Kinder ist er der erste wahre Freund, und Erwachsene geben sechsstellige Summen für ihn aus. Der Film ist eine Hommage an den engsten Vertrauten eines jeden Kindes.“ (Zum 3 D-Spielfilm „Teddy“ in Nr. 201 v. 19.11.2009, S. 39)

„*Vom Mythos bis zum Merchandising*“ betrachtet er das Skywalker-Imperium, mit dem neue Vermarktungsstrategien in die Kinowelt kamen. Markus Watzl *Aufgewachsen in einer weit, weit entfernten Galaxis*, Tectum-Verlag, Marburg 2009.“ (Nr. 202 v. 03.12.2009, S. 13)

„Über den „*Mythos Filmmusik*“ spricht Reinhold Heil, ehemals Mitglied der Nina-

Hagen-Band und von Spliff, und als Komponist verantwortlich für fast alle Filme von Tom Tykwer, mit dem Regisseur Christian Petzold (*Yella, Die innere Sicherheit*)“.
(Zum Filmmusikfest München, Nr. 216 v. 17.06.2010, S. 2)

„Die Arthouse-Kinos melden zwar seit kurzem beträchtliche Besucherzuwächse, dennoch betrifft die Krise nicht nur das Kino in seiner Mainstream-Ausprägung der Blockbuster und Multiplexe. Denn hier wird nun mal das Geld verdient, das die Industrie am Laufen hält, *hier wird am Mythos Hollywood gestrickt* und die Aufmerksamkeit der Massen gefesselt. Das mag man für falsch halten, aber letztlich zehrt auch das Kunstkino davon.“ (Peter Hartig zum „3 D Trend“ in Nr. 221 v. 28.08.2010, S. 22)

„Sie halten also nichts von der Vorstellung, dass wahre Kunst leiden muss?“

„Wer sagt denn so was?“

„Angeblich Vincent van Gogh. Der hat sich auch ein Ohr abgeschnitten.“

„*Ich halte das für einen Mythos*, und es gibt ja auch genügend Gegenbeispiele. Aber mit Kunst ist meist wenig zu verdienen, und sicherlich standen Künstler dadurch oft unter Druck. Doch dann schufen sie *trotzdem* und nicht *deswegen*. Druck beflügelt nicht. Druck lähmt.“

(Interview mit der Schauspielerin Bettina Kenter in Nr. 236 v. 24.03.2011, S. 3)

„Um den Film, der Maßstäbe für die gesamte Filmkunst weltweit gesetzt hat, hat sich ein *wahrer Mythos* gebildet.“ (...) „Eins ist sicher: der *Mythos* lebt weiter.“ (Roman Geib zur restaurierten Fassung von *Metropolis* in Nr. 239 v. 05.05.2011, S. 1 u. S. 6)

„Und auf ihrem Gestüt wird das Pferd Secretariat geboren: es wird 1973 die begehrte „*Triple Crown*“ holen – eine Auszeichnung für den Sieg der drei schwierigsten Pferderennen der USA. *Die wahre Geschichte hinter dem Mythos* dramatisiert Randall Wallace.“ (Aus der Kritik zu *Secretariat - ein Pferd wird zur Legende* in Nr. 240 v. 19.05.2011, S. 39)

„Independentfilme – der *Mythos von der Unabhängigkeit*“ (Peter Hartig im Blog www.outtakes.de am 06.07.2011)³⁹

„Die Scorpions sind *Mythos*“ (Zum Dokumentarfilm *Scorpions – Make it real* in Nr. 245 v. 28.07.2011, S. 32)

³⁹ <http://www.out-takes.de/index.php/category/out-takes/peter-hartig/>

In der Auswertung dieser Beispiele fällt z.B. auf, dass in rein numerischer Gewichtung die Jahre 2004 und 2008 die meisten *Mythen* 'erzeugt' haben, obwohl keine besonderen Anhaltspunkte für diese *mythenreichen* Jahrgänge zu finden sind. Bei näherer Betrachtung ist die Mischung der zum *Mythos* erhobenen Dinge und Personen aber nahezu identisch, so dass kein Jahrgang über ein Alleinstellungsmerkmal verfügt, sondern dass es sich immer um die Aufarbeitung von Themen, zugeordnet zu Subjekten und Objekten, handelt.

Der Begriff *Mythos* als Bestandteil eines Titels macht bei angeführten 41 Beispielen nur 3 Prozent bei Filmtiteln aus (z.B. *Der Venetianer-Mythos*) und immerhin 16 Prozent bei redaktionellen Beiträgen in der jeweiligen Überschrift. Alle anderen Nennungen sind im Textzusammenhang zu finden und evozieren zuvorderst Aufmerksamkeit bzw. dienen der inhaltlichen Aufwertung eines Themas.

Die Verwendung des Begriffs setzt allerdings in jedem Fall voraus, dass der Rezipient den entsprechenden Sachverhalt ebenfalls kennt (*Gründungsmythos China*), diesen genau so wie der Verfasser einschätzt (nämlich als allseits akzeptierten *Mythos*) und den jeweiligen *Mythos* auch in seiner Dimension (der *größte Mythos der Nation*) so annimmt.

Diese drei Prämissen begegnen dem Betrachter bei jedem einzelnen postulierten *Mythos*, der präsentiert wird, kritische Geister sind in diesen Fällen nicht erwartet.

Um welche Themen handelt es sich in diesen Zitaten konkret?

Ein Dialogzitat aus einem Film

Die US-Kavallerie

Arbeitsbedingungen in der Filmbranche

Die Filmstudios Babelsberg (2x)

Die Gründung Chinas als Staat

Marlene Dietrich

Ein brasilianischer Transvestit

Das Lied *La Paloma*

Die Mafia in der Trilogie *Der Pate*

Das Eishockey-Spiel Tschechien-Rußland 1969

Das Genre US-Film-Western

Die Schlacht von Gallipoli (aus türkischer Sichtweise)

NICHT die deutsche Filmindustrie

Deutsche Autobahnen
Ein US-Mythos, hier: Eroberung des Westens
Das *Künstlercafé*
Der Musiker Joe Strummer
Der Gott Zeus
Der schön gespielte brasilianische Fußball
Der Aussteiger McCandless
Der *Westernmythos* in der amerikanischen Moderne
Baron Richthofen
Abraham Lincoln
Politische Macht
Die Familie Krupp
Das Verhalten einer Mutter
Der Beruf *Filmproduzent*
Die literarische Figur *Dracula*
Die Märchenfigur *Zwerg*
Die *blonde Touristin* in Griechenland
Die *Hells Angels*
Das Stofftier *Teddy*
Die *Welt* der Star Wars Filme
Filmmusik
Der Stadtteil Hollywood
Das Leiden der wahren Kunst
Der Film als Kunstwerk
Ein Rennpferd
Sogenannte *Independent* Filme
Eine Rockband

In Kategorien zusammengefasst:

Figuren und Personen 16
Spezifika der Filmbranche 12
Gebäude und Länder 4
Sportbezug 3
Historische Ereignisse 2

Politik 1

Liedgut 1

Philosophie 1

Menschliches Verhalten 1

Peter Tepe hat in seinem Standardwerk „Mythos & Literatur. Aufbau einer literaturwissenschaftlichen Mythosforschung“ ausführlich zu der Bedeutungsvielfalt des Begriffs *Mythos* Stellung genommen und die Verwendungsarten in annähernd 70 Kategorien unterteilt. Seiner Aufforderung, „den Ausdruck *Mythos* nie ungeklärt“⁴⁰ zu lassen und „den Ausdruck *Mythos* durch einen anderen, der genauer und weniger vieldeutig ist“⁴¹ zu ersetzen. Nachkommend werde ich nun die oben genannten Beispiele einordnen bzw. synonyme Wörter suchen, die der immanenten Bedeutung im textlichen Zusammenhang eher entspricht.

Zunächst nehme ich eine Einordnung gemäß der vorgegebenen Kategorien von Peter Tepe vor.

Die Geschichte des Zeus ist eine „Erzählung von Göttern“ (Nr.1) und damit die einzige, die der ursprünglichen Bedeutung des *Mythos* entspricht.

Im erweiterten Sinne gehören der *Zwerg* und *Dracula* zu den „Volks geschichten“ (Nr.2) und sind Bestandteil der jeweiligen Kultur. Auch das Lied *La Paloma*, ein 130 Jahre alter Welthit, gehört zu den „am meisten gesungenen, interpretierten, arrangierten und auf Tonträgern festgehaltenen Musikstücken“⁴². Damit vereinnahmen gleich mehrere Völker im selben Kulturkreis dieses Lied als dem jeweils eigenen Liedgut zugehörig.

Das Dialogzitat aus *Casablanca* ist schlicht eine falsche Übersetzung, deren wiederholtes Zitieren zum Kult gerät und schlussendlich einen *Mythos* generiert; diese Art „Kultfilm“ (Nr. 41) entsteht auch durch Mundpropaganda und ein Fantum, das durchaus zeitverzögert erst Jahre, wenn nicht Jahrzehnte später durch Cineasten und Kritiker willentlich befördert wird, die in der Rückschau den Wert eines Films hervorheben, der neben einer Liebesgeschichte auch den Weltkrieg und den Widerstandskampf thematisierte.

Die *US-Kavallerie* und die *Schlacht bei Gallipoli* werden durch eine „ruhmvolle

⁴⁰ Peter Tepe: *Mythos & Literatur. Aufbau einer literaturwissenschaftlichen Mythosforschung*. Verlag Königshausen & Neumann. Würzburg 2001. S 69

⁴¹ ebd. S.71

⁴² Quelle: Wikipedia

Vergangenheit“ (Nr.33) oder die „Heldengeschichte“ (Nr.4) abgedeckt.

Deutsche Autobahnen sind von der Bedeutung her stark angebunden an eine der zahlreichen *Hitler-Mythen*, nämlich hier in Verbindung stehend mit der Arbeitsbeschaffung in den 1930er Jahren und der gleichzeitigen vorbereitenden Kriegslogistik: damit ist der Bau der ersten *Reichsautobahnen* für viele - entsprechend ideologisch gesinnte - Betrachter immer noch ruhmvoll.

Die *Arbeitsbedingungen in der Filmbranche* auf eine bestimmte überaus positive Art und Weise zu sehen bzw. sehen zu wollen, führt in der Folge zu einer falschen Bewertung in der Öffentlichkeit, vor allem auch bewirkt durch eine einseitige Berichterstattung über diese Branche. Diese „Verklärung“ (Nr. 11) hat auch damit zu tun, dass neben den bekannten Filmstars natürlich auch die Rahmenbedingungen der Filmherstellung als exquisit betrachtet werden sollen.

Im Falle der *Filmstudios Babelsberg* ist nicht nur der implizite Versuch einer (vergeblichen) Gleichstellung mit dem *Mythos Hollywood* eingebunden, sondern darüber hinaus auch ein Ansatz, die unrühmliche Geschichte dieser Studios während der NS-Zeit zu unterschlagen, denn dies würde eben dieser „Verklärung“ hinderlich im Wege stehen.

Das *Verhalten einer Mutter* kann man unter „Archaisches“ (Nr. 7) einordnen, wenngleich die Art und Weise dieses Verhaltens nicht näher erläutert wird; man muss also an diesem Punkt ein naturgegebenes Verhalten, quasi einen menschlichen Automatismus unterstellen, der wiederum einen *Urtrieb* erkennen lässt und den jede Mutter in sich birgt.

Die *Tiefe der Psyche* (Nr. 8) erklärt am ehesten das Leiden des Künstlers; auffällig ist das Klischee, dass besonders und vor allem Künstler leiden, weil sie eine offensichtlich tiefere Psyche als Normalsterbliche aufweisen.

Abraham Lincoln ist eine „Symbolfigur“ (Nr. 25) bzw. eine „Berühmtheit“ (Nr. 28).

Auch der *Baron Richthofen* und die *Familie Krupp* passen in diese Kategorie, allen gemeinsam ist die überragende Lebensleistung in den Augen der Öffentlichkeit und damit der „Inbegriff idealen Verhaltens“ (Nr. 15). Ebenso ist der Filmproduzent *Günter Rohrbach* diesen Kategorien zuzuordnen, wenn auch für einen eher begrenzten Betrachterkreis.

Den Musiker *Joe Strummer*, ein Punkrockmusiker, dessen früher, unerwarteter Tod 2002 die Musikgruppe THE CLASH und die Fans schockierte, muss ebenso zu dieser Gruppierung gezählt werden, auch wenn es sich um die posthume Aufwertung eines eher unbekanntes Musikers handelt.

Marlene Dietrich ist ein Beispiel für das „Image in der Öffentlichkeit“ (Nr. 30), aber auch für eine „bewunderte Person“ (Nr. 38) und ein „positives Image“ (Nr. 59). Damit entspricht sie gleich mehrfach dem Stereotyp des in dieser Arbeit zu untersuchenden Phänomens.

Der *US-Western* stellt sicher eine „idealisierte Vorstellung der Vergangenheit“ (Nr. 47) dar und in diesem Zusammenhang wohl auch das *Mafiatum* in „Der Pate“, wenngleich eher negativ konnotiert.

Beim *schön gespielten brasilianischen Fußball* handelt es sich um ein vermeintliches Alleinstellungsmerkmal im Weltfußball in den Augen aller Brasilianer und ist somit ein „kollektives Wunschbild“ (Nr. 64).

Das *Eishockey-Spiel Tschechien-Rußland 1969* war der kleine sportliche Sieg angesichts der großen politischen Niederlage, das Selbstwertgefühl wurde gestärkt und stellt daher einen Platzhalter oder Stellvertreter für eine gelungene Revanche dar. Also sind beide vorgenannten *Sportmythen* regional begrenzt, was allerdings nicht ausschließt, dass diese über die Grenzen hinweg für Interessierte ebenso Geltung haben – im Falle des Fußballs dann allerdings eindeutig mehr.

Ein Teddy ist ein „mythischer Gegenstand“ (Nr. 58), in den Kinder mit Phantasie vieles hineininterpretieren und ihn damit zu einem frühen Surrogat ihrer Liebe bzw. ihres Liebesbedürfnisses machen können.

Die *Gründung Chinas* ist in vielerlei Hinsicht der „Verklärung“ (Nr. 11) anheim gefallen und zwar in erster Linie bei den Chinesen selbst. Wie Historiker mittlerweile dargestellt haben, sind weder *der lange Marsch* noch die *Kulturrevolution* geeignet, in nicht-kommunistischen Ländern als das angesehen zu werden, was die herrschende Nomenklatura gerne propagiert: eine politische Entwicklung als zu bewunderndes Erbe oder als *Mythos*.

In diese Rubrik „Verklärung“ (Nr. 11) gehört sicherlich auch der *Mythos Hollywood*, wohingegen die *Hells Angels* es schwer haben könnten, ihrem Image der „freiheitsliebenden Rocker“ immer gerecht zu werden.

Die *blonde Touristin* ist ein Wunschtraum alter, griechischer Männer und im engeren Sinne, ein „kollektives Wunschbild“ (Nr. 64) einer allerdings überschaubaren Gruppe. So wie *Casablanca* ist die *Welt der Star Wars Filme* in der Kategorie „Kultfilm“ (Nr.

41) einzuordnen, ich werde im späteren Verlauf nochmals auf dieses besondere Thema zurückkommen.

Ein brasilianischer Transvestit namens *Joao Francisco dos Santos* ist in Brasilien eine „Berühmtheit“ (Nr. 28), im Rest der Welt völlig unbekannt.

Langs Filmklassiker *Metropolis* ist für den Autor schon vor seiner aufwändigen Restaurierung ein *Mythos* und er bleibt es allein auch deshalb für die Zukunft, da sich eine Neuverfilmung aufgrund der Rechtesituation nicht erlaubt; hier ist eindeutig ein „Kultfilm“ (Nr. 41) gemeint.

Das Pferd *Secretariat*, im Verleih-Titel schon eindeutig als *Legende* bezeichnet, wird vom Autor im kurzen Text trotzdem darüber hinaus noch als *Mythos* eingeordnet, eine seltene und absurde Doppelung zweier artverwandter Begriffe. Trotzdem lässt sich das Tier in die Kategorie „Ruhm“ (Nr. 28) oder „Erfolg“ (Nr. 52) einordnen.

Die Rockband *Scorpions* gilt hierzulande als „Berühmtheit“ (Nr. 28); die Hybris des Sängers Klaus Meine geht so weit, dass er glaubt, sein Lied „Winds of Change“ hätte maßgeblich zum Mauerfall 1989 beigetragen. Von daher hat die hier gewählte Bezeichnung *Mythos* in meinen Augen einen zumindest negativen Beigeschmack, vom Journalisten beabsichtigt war diese Implikation natürlich nicht.

Ich stelle nunmehr fest, dass ich einige wenige der in den Artikeln zitierten und verwendeten *Mythen* nicht spontan zuordnen kann und versuche, Formulierungen zu finden, die eine bessere Erklärung des Gesagten und Gemeinten liefern.

NICHT die deutsche Filmindustrie: dies bedeutet, dass es einen klaren Blick deutscher Filmschaffender für die heimische Produktion gibt und ist in der Konsequenz damit für mich eine erwünschte und klare *Entmythologisierung*.

Das Produzieren von so genannten *Independent-Filmen* suggeriert dem oberflächlichen Betrachter eine tatsächlich nie stattfindende Freiheit, da es auch auf diesem Terrain, welches abgekoppelt ist von Mainstream-Produktionen für Kino und Fernsehen, um Geld geht, sowohl bei der Herstellung als auch bei der Verwertung der Filme. Auch hier sorgt der kritische, hinterfragende und selbstreflexive Blick für die *Aufhebung eines Mythos*.

Das *Künstlercafé*: ein Ort, an dem die vielen einfachen Menschen etwas vom Glamour der Künstlerwelt wittern dürfen und *Ikonen* aus der Ferne anschnappen wollen. Demnach ist es nicht der *Ort*, sondern vielmehr sind es dessen *Besucher*, die

diesen Ort *erschaffen* und zu dem *machen*, was er für sie sein soll, nämlich ein *Mythos*.

Der Aussteiger *McCandless* ist ein Beispiel für die posthume Aufwertung eines kurzen, *untypischen, unamerikanischen* (vom Klischee abrückenden) *Lebens*.

Zur *Filmmusik* fehlen mir die Erklärungsversuche; Musik ist für einen Film essentiell wichtig und es gibt herausragende, preisgekrönte Komponisten (z.B. Henry Mancini oder Hans Zimmer) und deren Werke. Ein zum *Mythos* gewordenes Musikstück allerdings ist mir noch nicht bekannt und daher ist der Begriff meiner Meinung nach völlig unangebracht, *Evergreen* passt hier deutlich besser.

Das ermittelte Ergebnis ist zuvorderst dem sprachlichen Unvermögen der Journalisten geschuldet und nicht etwa den Filmschaffenden und der Filmbranche an sich zuzuordnen. Die Erwartung eines sorgfältiger erarbeiteten Branchenblatts hat sich jedenfalls nicht erfüllt.

Fazit dieser Untersuchung muss also lauten, dass auch diese Fachzeitschrift nicht wesentlich von den herkömmlichen Publikumszeitschriften unterschieden werden kann, was den inflationären und überaus beliebigen Gebrauch des Begriffs *Mythos* anbelangt.

Auch hier gilt es an erster Stelle, den Begriff als Schlüsselreiz und Aufhänger für Aufmerksamkeit zu verwenden, man liest nicht über ihn hinweg, sondern verweilt an diesem Begriff. Und so wie in anderen Zeitschriften mit Publikumsausrichtung jede Person, die eine minimale Bildschirmpräsenz hat, zum *TV-Star* mutiert, so ist die Verwendung des Begriffs *Mythos* auch hier eine allgemeine Selbstverständlichkeit in vermeintlicher Übereinkunft mit dem Leser, auch auf die Gefahr hin, dass dieser Begriff im Einzelfall keineswegs zutrifft (Beispiel Filmmusik).

Das grundlegende Problem, welches hier zutage tritt, ist weniger die mangelnde Qualität des Redigierens als vielmehr der Umstand, dass die Menschen in ihrem Sprachgebrauch immer ungenauer werden. Die Übereinkunft lautet: der Gegenüber weiß ja, was und wie man etwas *gemeint* hat.

Gerade in der Jugendsprache finden sich mittlerweile vielzählige Anglizismen, die das jeweils entsprechende deutsche Wort verdrängt haben. Ein hinlänglich bekanntes Beispiel: *Cool* kann alles sein, das Handy, Kleidung oder der Sänger einer Popgruppe.

Ähnliches ist mit dem Begriff *Mythos* passiert, es passt zu vielen Kategorien der Welt, es ist *griffig* und knapp und der Gegenüber weiß aus dem Gesprächs-

zusammenhang, was gemeint ist.

Das Gros der Presse war schon immer weniger kritisch und immer schon zu laut, daher passt die Verwaschung der Begriffsgrenzen gut ins Bild, Sorgfalt weicht Populismus und damit besserer Verkäuflichkeit.

Zuweilen mutet diese Anhäufung von vermeintlichen *Mythen* auch wie ein Auswuchs der verzweifelten Suche danach an, eine Zeit wiederbeleben zu wollen, in der *Mythen* zahlreichen Bestand hatten und es keine 'Nachwuchs-Probleme' gab. Diese Suche gebiert meines Erachtens die Erschaffung von *Mythenersatz*, da es an geeigneten Personen mangelt, die diese Funktion zu erfüllen bereit sind, zumal ein Leben als *Mythos* auch immer starke Einschränkungen für das Privatleben mit sich bringt. Diesem Fakt will ich in den folgenden Kapiteln nachgehen.

3.3 Kategorien und Synonyme für den Mythosbegriff in der Filmwelt

Der *Mythos* ist nach seiner traditionellen Bedeutung die Überlieferung eines Volkes über dessen Geschichte, auch seiner Götter, und soll eine identitätsstiftende Wirkung haben; hinzu kommen die irrationalen Vorstellungen von Ereignissen oder Personen, die einerseits von Nichtwissen und Angst, andererseits von Verklärung bestimmt waren, auch sie gehören zur *Mythenbildung*.

Davon lässt sich z.B. in der Religion die Anbetung einer *Ikone* ableiten, ein derartiges Kultbild ist in haptischer Wahrnehmung der Ersatz einer Gottheit.

Setzt man den im vorigen Kapitel eingeschlagenen Weg fort und beschäftigt sich mit der Begriffswelt des Films, stößt man auf Kategorien und Synonyme, die als geeignet angesehen werden dürfen, in einem nächst zu vollziehendem Schritt als *Mythos* deklariert zu werden.

Nehmen wir den einzelnen Film zunächst einmal als *Meilenstein* der Filmgeschichte an; dies passiert in dem Moment, wenn etwas innovativ hinzukommt, sei es im technischen Bereich: der erste Tonfilm, der erste Farbfilm, die erste Dolby-Tonspur, der erste wirklich gute Einsatz von Animatronics (*Der weiße Hai*) oder im dramaturgisch-visuellen Bereich: der Film *Ausser Atem* von Godard, hier gibt es gleich zwei Meilensteine (der erste Film des ehemaligen Filmkritikers und dazu der Einsatz einer entfesselten Handkamera) im Doppelpack.

Als nächstes bietet sich der *Skandalfilm* an, der mit einem groben Verstoß gegen

zeitgenössische Tabus Aufregung verursacht und das Publikum in Befürworter und Ablehner spaltet. Hierbei ist wichtig, dass Tabus sich mit der Zeit überholen und stets aufs Neue abgelöst werden müssen von 'passenderen' Verboten, allerdings bleibt der Tabubruch ein bewährtes Mittel, um Profit zu erzielen und im öffentlichen Gespräch zu bleiben. Beispielhaft waren es 1951 *Die Sünderin*, 1963 *Das Schweigen*, 1972 *Der letzte Tango* – allesamt Filme, die das jeweils vorherrschende Frauenbild irritierten und eine Sexualität offen zeigten, die zum damaligen Zeitpunkt als unaussprechbar galt. Aber auch die Religion bot immer eine Angriffsfläche, derer sich z.B. 1988 Scorsese mit *Die letzte Versuchung Christi* annahm. Um den Vorwurf der Blasphemie musste er sich nicht sorgen, denn der kam prompt. Filmische Enttabuisierungen sind fast immer kommerzielle Erfolge, aber ob die Stilisierung darüber hinaus zum *Mythos* taugt, wird erst sehr viel später entschieden. Die beiden vorgenannten Kategorien sind auf jeden Fall *Filmklassiker*, da sie in der jeweiligen Disziplin die ersten waren und dies vor geraumer Zeit, d.h. zum Zeitpunkt der Entstehung kann davon selbstverständlich nicht die Rede gewesen sein.

Kommen wir zum *Kultfilm*⁴³, der aus zwei Gründen aus der Reihe fällt:

1. er muss kommerziell nicht zwingend erfolgreich gewesen sein (z.B. *Citizen Kane* oder *Blade Runner*) und
2. er muss nicht zwingend als ein von den Kritikern als Kunstwerk deklarierter Film anerkannt sein, sondern es reicht, wenn eine eingeschworene Fangemeinde einen *Kult* betreibt, der etwa durch rituelle Handlungen während der (überdies häufigen) Vorführungen unterstützt und die Zuschauer als Kenner ausweist.

The Rocky Horror Picture Show ist ein Beispiel dafür, was man als Fan anstellen darf: sich kostümieren, sich schminken, Dialoge mitsprechen und „Special Effects“ (mit Reis werfen oder mit Wasserpistolen spritzen) zur Anwendung bringen.

Da z.B. James Dean sehr früh und auf tragische Weise starb und zu Lebzeiten von Warner Brothers in einer Manier, die ich im weiteren Verlauf noch näher erläutern werde, zum *Star* aufgebaut worden war, war es relativ einfach und in der Öffentlichkeit überaus nachvollziehbar, seine letzten und daher bekanntesten drei Kinofilme zu *Kultfilmen* zu verklären. Eine retrospektive und nachhaltige Etablierung

⁴³ vgl. Peter Tepe: *Mythos und Literatur. Aufbau einer literaturwissenschaftlichen Mythosforschung*. Verlag Königshausen und Neumann. Würzburg 2001

als *Kultfilm* gilt allerdings in der Gesamtbewertung nur für wenige Werke, da die Zuständigkeit in diesem Falle eher bei den Kritikern und Filmhistorikern liegt und weniger beim Fan.

Wendet man sich nun den darstellenden Personen zu, beginnt man in der Terminologie am ehesten bei der *Ikone* als *besondere Werte verkörpernder Mensch*, so wollen es jedenfalls die Produzenten, PR-Agenten und Fans in Anlehnung an religiöse Sitten sehen, und damit geht ein permanenter Vertrieb von Merchandisingartikeln als Statthalter einher. Irritierend bleibt, dass die *Ikone* eigentlich das *Abbild* (des Menschen = der Gottheit) ist und nicht gleichzeitig der lebende Mensch an sich sein kann.

Weitere Verwendung findet die *Persönlichkeit*, die unabhängig vom Status eines bloßen Individuums dem betreffenden Menschen darüber hinaus Eigenschaften und ein Auftrittsgebaren zuerteilt, welches ihn aus seiner Umgebung hervorhebt. Es ist bei diesem Auftritt nicht immer eindeutig und zwingend ein soziales Wohlverhalten feststellbar; gerade Künstlern, die grenzüberschreitend agieren und das Feld des guten Geschmacks verlassen, wird eine *Persönlichkeit* zugestanden, die als Rechtfertigung für dieses Verhalten akzeptiert wird. Als Beispiel nenne ich *Klaus Kinski* oder der Aktualität halber den Rapper und Darsteller *Bushido*.

Der nächste Begriff ist der des *Charakters*, der die *Persönlichkeit* ergänzt und eine klare Einordnung des Schauspielers ermöglicht, und zwar in ein *Charakterfach*.

Als *Type* (aus dem Lateinischen *typus* = Figur, Form, Ausprägung) wird ein Schauspieler ebenfalls festgelegt, wobei das Äußerliche nebst Mimik eine ungleich größere Rolle spielt. Es gibt Schauspieler, die zeitlebens in dieser *Typisierung* stecken geblieben sind wie z.B. *John Wayne* als Westernheld.

Die *Koryphäe* (griechisch: der Gipfel, die Spitze) ist ein ausgewiesener Fachmann, Experte, Spezialist und Könnler auf seinem Gebiet, er reicht gar bis zum Genie. Sachkundige Meister ihres Fachs sind Regisseure, Kameraleute, Szenenbildner, also Menschen, die bestimmte Techniken beherrschen und dafür anerkannt werden, wenn sie ein bestimmtes Niveau über einen längeren Zeitraum unter Beweis gestellt haben (etwa *Hitchcock* als Regisseur oder *Ballhaus* als Kameramann).

Als *Idol* (lat. *idolum* = Abgott) wird jemand bezeichnet, dem man nacheifert; hier sind auch andere Gesellschaftsbereiche wie der Sport vertreten. Es sind allerdings weniger Erwachsene als vielmehr Jugendliche, die einem auserkorenen *Idol* nacheifern und vor allem die Äußerlichkeiten eines *Vorbilds* als Maßstab für das eigene

Auftreten vereinnahmen.

Für alle o.g. Kategorien gilt das Merkmal der Prominenz (lat. *prominentia* = das Hervorragende), welche in Summe die Gesamtheit all dieser herausragenden Menschen bedeutet. An dieser Stelle kommt es zwangsläufig wieder zu einer Bewertung und Einordnung in Richtung Beliebtheit, die vor allem auf dem inflationären Gebrauch des Begriffs in der Presse beruht; da schon aufgrund der Masse Kategorien wie *B-* oder *C-Prominenz* eingeführt wurden, um der schieren Häufung an „herausragenden“ *Persönlichkeiten* Herr werden zu können, ist spätestens bei diesem Begriff Vorsicht geboten.

So ist der Weg auch nicht weit hin zu unvermeidlichen Amerikanismen wie *Heroe* (Held) oder *Celebrity* (Berühmtheit), um das Spektrum vermeintlich erweitern zu können.

Rein weiblich ist die *Primadonna* (ital. *Erste Dame*) und ursprünglich zuvorderst auf das Opernfach festgelegt. Aber die Kapriziosität, die sich hinter dem Begriff verbirgt und der Umstand, dass die jeweilige Person sehr von sich selbst eingenommen ist, lässt in der Rivalität zu gleichrangigen Konkurrenten auch den Mann als Inhaber des Titels zu, bezeichnet daher das *Egomanische* eines *Stars*, der seine Position verteidigt. Selbstverständlich hat *Maria Callas* diesen Anspruch für sich erworben, ebenso eine *Margot Fonteyn* (für das Ballett), aber auch *Catherine Deneuve* geht der Ruf voraus, ihr Verhalten nach diesem Begriff auszurichten.

Dem interessanten und wichtigen Begriff der *Diva* widme ich mich im Kapitel 5 separat, da er am ehesten verheißt, in den Olymp als *Mythos* aufgenommen zu werden.

4. Der Stadtteil Hollywood – Mythos und Tatsachen

Hollywood symbolisiert seit über 100 Jahren das Zentrum der U.S. amerikanischen Film-Industrie. Hollywood ist für Filmliebhaber aus aller Welt der imaginäre Ort, an dem Träume Gestalt annehmen, doch die *Traumfabrik der Welt* ist auch nur ein Synonym für einen lukrativen Wirtschaftszweig, nämlich die Filmwirtschaft.

Lediglich die Studios von *Paramount*, *RKO* und *Columbia* hatten ihre Filmgelände im geografischen Stadtteil Hollywood angesiedelt, während *Universal Studios* und *Warner Brothers* im San Fernando Valley und *20th Century-Fox* bzw. *Metro-Goldwyn-Mayer* im Westen von Los Angeles siedelten. Trotzdem existiert Hollywood als solches vor allem im kollektiven Bewusstsein der Konsumenten als der Ort für Kinoproduktion schlechthin. Man könnte auch formulieren: Hollywood selbst wurde ungewollt zum ersten *Mythos* der amerikanischen Filmgeschichte.

Die ersten Filmmacher seien - so der nächste *Mythos* - nach Kalifornien gekommen, um den Filmmonopolisten der *Motion Picture Patents Company* (dieser verfolgte Verstöße gegen die angemeldeten Patente der Mitglieder und sollte so Konkurrenz jedweder Art unter Strafe stellen) zu entkommen und hier nach eigenem Gusto Filme zu drehen. Das mag sein, aber Kalifornien bot einfach Wettersicherheit und überdies den Vorteil, dass man, wenn nötig, schnell über die Grenze nach Mexiko verschwinden konnte, zudem lockten die verschiedenartigen Topographien. Schnell etablierte sich die Filmwirtschaft mit der Umsiedlung der Filmproduktion nach Hollywood in einer umfassenden Vermarktungsstruktur, bestehend aus Filmproduktion, Verleih und Kinos.

„Die erste vertikal organisierte Filmfirma war *Paramount-Famous-Players*, die im Jahre 1919 gegründet wurde, gefolgt von *Loew's-Metro*, die sich 1924 in *Metro-Goldwyn-Mayer* umbenannte. Diese vertikal strukturierten wirtschaftlichen Einheiten konkurrierten horizontal nur scheinbar, da die grossen Filmgesellschaften ihre Geschäfte im geheimen absprachen.“⁴⁴

Mit anderen Worten: Der innere Vermarktungsaufbau der Filmfirmen führte nicht zur

⁴⁴ Jan-Christopher Horak: *Die Traumfabrik Hollywood und seine Mythen* in:

http://www.bpb.de/themen/BLT3A6,0,Die_Traumfabrik%3A_Hollywood_und_seine_Mythen.html

Kollision der parallelen Vermarktungsabläufe nebeneinander – niemand tat dem anderen weh, jeder machte Profit, ein Kartell war geboren; 1916 gab es in den USA schon 28.000 Kinosäle und die Studios nahmen mehr und mehr in ihren Besitz.

Interessant ist an dieser Stelle, dass die noch im Krieg (1912) gegründeten Filmstudios in Potsdam-Babelsberg und die Filmproduktion *UFA* (1917) - entstanden als Antwort auf die spürbare amerikanische Dominanz – sich aus finanziellen Gründen im Jahr 1925 mit den Firmen *Paramount* und *Metro Goldwyn-Mayer* zusammenschließen musste. Diese Geschäftsbeziehung hielt zwei Jahre an, bevor Hugenberg die *UFA* kaufte und sie später an die NSDAP übertrug.

In den folgenden Jahren setzte Hollywood einen Vermarktungsstandard durch, der bis zum heutigen Tage Bestand und Vorbildcharakter für die ganze Welt hatte und hat. Die kalifornische Filmwirtschaft konnte – damals wie heute – im Gegensatz zu den Europäern Filme als Massenware produzieren, sie durch eigene Verleiher und Kinos im Binnenmarkt vertreiben bzw. amortisieren und sie dann zu Billigpreisen auf dem Weltmarkt vertreiben. So funktioniert bis heute die tatsächlich teure Produktion von US-Serien (bis zu 3 Mio. \$ pro Folge), die qualitativ so herausragend geraten, dass in der Zweitverwertung jeweils kaum unter 80 Länder der Welt gerne zugreifen, zumal Synchronisation und preiswerte Lizenzen in jedem Fall billiger sind als vergleichsweise teure einheimische Produktionen, die sich außerdem nicht weiter im Ausland vermarkten lassen.

„Hollywood ist seit jeher mit einer romantischen *Mythologie* vermengt, weil die in Hollywood produzierte „Ware“ aus fiktionalen Erzählungen, Lust und verführerischen Bildern besteht. Filmbilder transportierten die Zuschauer aus der realen Welt ins Reich des Mythos, in der die Begierde des Rezipienten angesprochen wurde. Jahrzehnte bevor der Begriff der Dienstleistungsindustrie die Runde machte, bot Hollywoods Filmindustrie Leistungen statt Güter an und war damit ein Vorbote des nachindustriellen Dienstleistungszeitalter des späten 20. Jahrhunderts.“⁴⁵

Mit dieser Meinung wird natürlich der Begriff der *Kunst* innerhalb dieses damals neuen Mediums desavouiert, so als sei von Anbeginn der pure Kommerzgedanke vorherrschend gewesen; aber selbst wenn es reine Künstler gegeben hat, die Film als *l'art pour l'art* verstanden haben, waren sie zumindest auch dort schon, so wie heute, nur in der Minderzahl.

⁴⁵ ebd.

“Im Gegensatz zum europäischen Kunstfilm wird im klassischen Hollywood-Film die Rezeption gesteuert, in dem der Zuschauer durch Filmtechnik und Narration in die Handlung integriert und somit die bewusste Erfahrung der Filmrezeption verschleiert wird. Übersetzt auf die Filmtechnik heißt das, man entwickelte ein System des unsichtbaren Schnitts zwischen den Filmeinstellungen, um somit einen ununterbrochenen Fluß der Bewegung zu erzeugen. Für Hollywoods Kameraleute und Schnittmeister gab es eine ganze Reihe von Regeln.“⁴⁶

Dies meinte vor allem die Verwendung sehr langer Einstellungen und das „Verstecken“ von Schnitten, indem sich die Kamera in einer Fahrt hinter einen Schauspieler bewegte, so dass dessen Rücken als bildfüllend schwarz schien und nach dem Schnitt wieder hinter dem Rücken hervorkam. Die Illusion einer natürlich stattfindenden Handlung sollte den Zuschauer von der Tatsache ablenken, dass er einen (künstlichen) Film sah.

Dieser so genannte klassische *Hollywoodstil* bedingte, dass sich die Motivation der handelnden Personen und die Logik der Geschichte den Konventionen des entsprechenden *Filmgenres* (z.B. Western) und der *Filmstars* (z.B. John Wayne) unterzuordnen hatte; die unvollkommene Wirklichkeit hatte auf jeden Fall außen vor zu bleiben.

Dem o.g. Vermarktungsstandard war die Etablierung des *Starsystems* als Motor des Produkts vorausgegangen, da sich herausgestellt hatte, dass den Film ein beliebter Schauspieler deutlich mehr als die jeweilige Handlung für das Publikum attraktiv machte.

Die Bedeutung der *Stars* wuchs folgerichtig schon damals dermaßen an, dass Berühmtheiten, u.a. Mary Pickford, Douglas Fairbanks und Charles Chaplin, es sich erlauben konnten, in Hollywood ihre eigene Produktions- u. Verleihfirma, nämlich die *United Artists* (1919) zu gründen.

⁴⁶ ebd.

4.1 Hollywood-Blockbuster als Beispiel für die Nutzung alter Mythen

In ihrer Dokumentation „Made in Hollywood“⁴⁷ spürt die Filmautorin Anne Feinsilber der Frage nach, wie so genannte *Blockbuster* hergestellt werden und welche Zutaten es braucht für eine Kunst, die so sehr erfolgreich den weltweiten Publikumsgeschmack trifft.

Blockbuster bedeutet wörtlich übersetzt *Wohnblockzersprenger* – so hießen Fliegerbomben im Zweiten Weltkrieg. Seit Anfang der 70er Jahre und seit Spielbergs *Der weiße Hai* verstehen wir darunter einen Film, der Publikumsschlangen vor der Kinokasse erzeugte, die in New York um einen ganzen Block reichten und die Einnahmegrenze von einer Milliarde US-Dollar sprengte. Das Marketing sah unter anderem vor, den Film an einem Freitag zu Beginn der landesweiten Ferien zu starten und ihn zugleich mit weit über 1000 Kopien laufen zu lassen, dies dann möglichst über mindestens 12 Wochen. Die Bewerbung des Films im Vorfeld des Starts war finanziell mit mindestens der Hälfte der jeweiligen Produktionskosten angesetzt.

Das Zielpublikum sind in der Regel männliche Jugendliche und Kinder in der Vorpubertät, es muss entsprechende Merchandisingprodukte geben wie Figuren, Videospiele bis – im Erfolgsfall – hin zu einem Erlebnispark.

Außerdem darf der Film weder eine Komödie noch ein Horrorfilm sein – das Zielpublikum soll nicht durch das *Rating* bzw. die Altersfreigabe eingeschränkt werden. Zudem sollte es kein Prestigefilm sein wie z.B. *Der Pate* oder der *Der englische Patient*, so teuer er auch gewesen sein mag. Zur visuellen Gestaltung gehören möglichst viele *Special Effects*, es muss viel *Action* geben, gleichzeitig darf es nicht zu gewalttätig zugehen, damit der Film nicht die Altersfreigabe erst ab 13 Jahren erhält.

Desweiteren muss die Handlung Spielraum für zahlreiche Fortsetzungen lassen – was trotz gigantischen Erfolgs den Film *Titanic* ausschliesst. Die mögliche Bandbreite reicht also von Themen der *Science-Fiction* über *Superhelden*-Filme, *Katastrophen*-Filme, *Heroic-Fantasy* bis hin zum *Survival*. Auf der Rangliste der US-Exportprodukte belegen Filme Platz 2.

⁴⁷ auf ARTE gesendet am 13.05. 2011. Frankreich 2010

In dieser TV-Dokumentation kommen erfolgreiche Macher zu Worte, auf der anderen Seite aber auch einige renommierte Persönlichkeiten, die sich mit dem wichtigsten Element eines erfolgreichen Films beschäftigen: dem Drehbuch. Robert McKee, ein sehr bekannter Drehbuchcoach, der das Standardwerk *Story – die Prinzipien des Drehbuchschreibens*⁴⁸ geschrieben hat, äußert sich zum letzten Film von James Cameron wie folgt:

„Avatar ist zweifelsohne sehr gut geschrieben, wenn man den Faschistenmythos meint, in *Avatar* wird der Mythos *des Faschisten* auf die Spitze getrieben. Er besagt, dass die Gesellschaft schwach ist, daher braucht man einen starken Helden, der sich aufmacht, um alles wieder in's Lot zu bringen und die Gesellschaft irgendwie rettet, um dann wieder zu einem ganz normalen Menschen zu werden, so wie er es am Anfang der Geschichte war.

Dieser Mythos trieb auch Hitler und alle anderen Faschisten wie Stalin und Mao an, sie alle sagten das, aber das mit der temporären Macht funktioniert nicht und *wenn man erst einmal Macht hat, dann hält man sie. Das ist der Mythos der Faschisten. Avatar* bedient sich dieses Mythos auf eine neue Art, bleibt aber eine Lüge und die Gesellschaft ist nicht schwach, aber trotzdem, *in Avatar ist der Mythos unglaublich gut erzählt*, das muss man schon sagen.“⁴⁹

John Truby, erfolgreicher amerikanischer Drehbuchautor und Script-Berater sowie Verfasser des Buchs *Anatomy of Story*⁵⁰, meint zum Thema:

„Das Genre von Blockbustern ist häufig der Mythos, weil mythische Geschichten weltweit am besten akzeptiert werden. *Die Hauptfigur eines Films hat einen starken Willen und ein klar definiertes Ziel, das sie mit Schnelligkeit und Intensität verfolgt. Dieses Ziel gibt dem Film den narrativen Antrieb und dieser ist das wichtigste Element für den weltweiten Erfolg des Films. Dark Knight* ist das Beispiel für einen solchen Film; der Held hat mehr Schwächen als jeder andere auf dieser Welt, ... der Gegner⁵¹ ist einer der besten, die man im amerikanischen Kino seit langer Zeit hatte und weil er ein so guter Betrüger ist, wird der Held auch so sehr herausgefordert.“⁵²

⁴⁸ erschienen im Alexander-Verlag, Berlin, 7. Aufl. 2011

⁴⁹ auf ARTE gesendet am 13.05. 2011. Frankreich 2010

⁵⁰ erschienen im Verlag Faber & Faber, London 2008

⁵¹ gemeint ist der „Joker“, gespielt von Heath Ledger, der mittlerweile verstorben ist

⁵² auf ARTE gesendet am 13.05. 2011. Frankreich 2010

Damit hat er die notwendigen Eigenschaften des Protagonisten sowie des Antagonisten anschaulich erklärt und offensichtlich funktioniert es schon sehr lange auf diese Art. John Truby zu *Star-Wars*, vom Filmproduzenten, Drehbuchautor und Regisseur George Lucas erfunden:

„Weil diese Filme auf einem Mythos mit *archetypischen Figuren* beruhten, der überall verstanden wird, war seine Geschichte in Japan genauso beliebt wie in den USA, in zwei ganz unterschiedlichen Kulturen. Hollywood verstand, dass man Filme für die ganze Welt machen konnte und nicht nur für Amerika. Und damit kam auch das story-branding auf und ... es gab nun „Star Wars“-Merchandisingprodukte“⁵³

Zu *Star Wars* findet sich in Wikipedia folgende Erklärung: Die Geschichte stellt eine Mischung aus *Fantasy* und *Science-Fiction* dar, bei der es sowohl eine Art Magie und Magier gibt, die gleichzeitig als *Ritter* bezeichnet werden und 'ritterliche' Duelle mit Schwertern ausfechten, als auch Raumfahrt, Roboter und Weltraumschlachten. Trotz der in den Filmen stark präsenten Science-Fiction-Elemente ist die Handlung selbst eher typisch für einen mittelalterlichen *Mythos* wie die *Artussage*.

Ein anderer Einfluss auf George Lucas' Schaffensprozess waren die Werke des schon zitierten Anthropologen Joseph Campbell, der die gemeinsamen Bedeutungen, Strukturen und Zwecke der *Mythologien* aus aller Welt erforschte. George Lucas gab an, dass er sich bewusst an Campbells „Die Kraft der *Mythen*“⁵⁴ anlehnte. Der ursprüngliche *Star-Wars*-Film etwa folgte streng dem archetypischen Muster der Reise des Helden (wie in Campbells „*Der Heros in tausend Gestalten*“⁵⁵ beschrieben).

Dies bedeutet aber auch, dass es bestimmte *Mythen* gibt, die nie aussterben, weil sie universellen Charakter haben und weil sie zu allen Zeiten – leicht abgewandelt und angepasst – als modern verstanden werden können; sozusagen ein *Mythos* als Kulturerbe der Menschheit.

„Filme haben etwas Magisches. Die Person, die man anschaut, ist gleichzeitig auch noch woanders. Das ist ein Zustand des Gottes (...) Er⁵⁶ ist der wirkliche Held des

⁵³ ebd.

⁵⁴ Joseph Campbell: *Die Kraft der Mythen*. Albatros Verlag, Düsseldorf 2007

⁵⁵ vgl. Joseph Campbell: *Der Heros in tausend Gestalten*. Insel Taschenbuch. Frankfurt a. Main 1999

⁵⁶ der Schauspieler ist gemeint

Augenblicks. Er ist auf einer anderen Ebene. Er ist eine vielgestaltete Erscheinung.“⁵⁷

In seinem Standardwerk der Dramaturgie lässt Ari Hiltunen⁵⁸ die Theorie des Drehbuchautors Christoph Vogeler Revue passieren, der Tausende Drehbücher untersucht hatte und immer wieder auf das Erzählmuster der althergebrachten *Heldenreise* (vg. Campbell) gestoßen war. Anhand des oben genannten Films *Star Wars* weist er beispielhaft nach, inwieweit die klassischen Stationen dieser Reise jeweils eine Entsprechung in dieser 'zeitgenössischen Sage' finden, angefangen von der *Berufung* des Helden über seine anfängliche *Verweigerung* und dem späteren Folgen des *Rufs* bis hin zur *Prüfung*, der er sich unterziehen muss. Er gerät in ein großes *Martyrium* und erlebt eine *qualvolle Zeit* ungeheurer *Spannung*, auf die endlich die *Belohnung* folgt; zuvor muss er einen *finalen Kampf* für sich entscheiden und darf dann mit einem *Schatz* nach Hause zurückkehren. Die Symbole für die vorgenannten Stationen lassen sich jederzeit ändern, ohne dass der innewohnende *Mythos* an Kraft verliert.

„Da die Helden-Reise in uns allen existiert, spricht sie uns immer wieder an und wahrt ihren Reiz in immer neuen Formen.“⁵⁹

Die Kraft des *Mythos* gründe auf einer psychologischen Wahrheit und könne im Rahmen der Rezeption einer Geschichte gesamt vier Komponenten aufweisen: eine emotionale, eine moralische, eine symbolische und eine intellektuelle.

In der populären Kultur werden Gedanken und Vorstellungen, die allgemein akzeptiert als wichtig anerkannt sind, zu Geschichten geformt, die vordergründig fiktional und märchenhaft anmuten, aber eigentlich das gewöhnliche Leben abbilden. Sie werden als Unterhaltung ausgewiesen, tatsächlich sind sie Ausdruck menschlicher Ängste und Hoffnungen und damit ebenso so alt wie die Menschheit selbst.

Als Charles Moulton 1941 sein Produkt, nämlich die Comic-Figur „Wonderwoman“ vorstellte, beschrieb er sie mit diesen Worten:

„Endlich erscheint in einer männlichen Welt von Hass und Krieg eine Frau, für die Probleme und Handlungen der Männer reine Kinderspiele sind. Hundertmal besser, schneller und stärker als jeder männliche Sportler kämpft sie gegen die Ungerechtigkeit

⁵⁷ Joseph Campbell: *Die Kraft der Mythen*. Albatros Verlag, Düsseldorf 2007. S. 28

⁵⁸ Ari Hiltunen: *Aristoteles in Hollywood*. Bastei Lübbe. Bergisch Gladbach 2001 S. 103

⁵⁹ ebd. S. 105

oder bekämpft das schlechte. Sie ist so liebreizend wie Aphrodite, so klug wie Athene, so schnell wie Merkur und so stark wie Herkules. Jeder kennt sie nur als Wonderwoman!“⁶⁰

Charles Moulton bedient sich eines „Götterapparates wie ein guter Mythos“.⁶¹

Hierin ist alles formuliert, was für den damaligen Mann – idealtypisch gesehen – die Frau ausmachen sollte: schön, klug, gerecht, stark, kurz gesagt: ein Ideal.

„WUUUUUSCH!!! Superman ist da!“⁶² So betitelte DER SPIEGEL einen Artikel über den seinerzeit teuersten (35 Mio. \$) Film überhaupt, der „mit internationalen Stars wie Marlon Brando, Gene Hackman und Maria Schell auch in Nebenrollen hoch besetzt (ist), basiert auf Amerikas erfolgreichstem *Comic-Mythos*, dem 1938 geborenen allmächtigen Superman.“⁶³

„Superman, das war ohnehin der mächtigste *Mythos* im amerikanischen Comic-Himmel, der, nicht anders als das nordische Asgard und der griechische Olymp, übervölkert ist mit Märchenfiguren, Wunschtraumhelden, Halbgöttern, gegen die eine ganze Hölle von Schurken und Teufeln wuselt.“⁶⁴

Alte Mythen, immer wiederkehrend in neuem Gewand aufbereitet, sind eine sichere Bank für die Investoren von Filmprojekten und das Publikum dankt, dass es nicht den überkommenen, altbacken gekleideten Mythen anhängen muss.

⁶⁰ David Bellingham: *Die Griechen. Kultur und Mythen*. Taschen, Köln 2008. S. 9

⁶¹ Fritz Graf: *Griechische Mythologie. Einführung*. Artemis & Winkler 1997, Düsseldorf, Zürich S.13

⁶² Der Spiegel, 08.01.1979 in: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-40351744.html>

⁶³ ebd.

⁶⁴ ebd.

5. Der Star im Film – ein erster Schritt zum Ruhm

„Weil ein *Mythos* an seiner Einsamkeit zugrunde geht.“⁶⁵ Mit diesem Satz behauptet Michael Jürgs, dass Romy Schneider bereits zu ihren Lebzeiten ein *Mythos* war. Sie verkörperte Schönheit, Erfolg und Reichtum, aber auch unerfüllte Liebe, Leid und Tod. Die Faszination besteht darin, dass der *Star* einerseits unnahbar für das Publikum ist, andererseits durch Schicksalsschläge betroffen und 'ein Mensch wie du und ich' ist. So ist neben der Bewunderung auch Mitgefühl und Mitleid für den *Star* denkbar. Kurz gesagt: Um zu einem lebenden *Mythos* zu werden, sind Faktoren wie Schönheit, Erfolg und Reichtum innerhalb einer kommerziellen Medienlandschaft beteiligt, allerdings bedarf es einer für jedermann deutlich spür- und sichtbaren Individualität, die eine Einmaligkeit verheißt. „Gleichzeitig wird sein Image von seiner individuellen Persönlichkeit, Psychologie und Körperlichkeit genährt, was eine paradoxe Vermarktung seiner unverwechselbaren Einzigartigkeit erlaubt.“⁶⁶

Liz Taylor, die unlängst verstorbene *Star-Schauspielerin* der amerikanischen Filmindustrie in den 1960er Jahren, sei an dieser Stelle als Bestätigung zu obiger Festlegung bzw. als Untermauerung der in Kapitel 3 angeführten Schlussfolgerung erwähnt. Blätterte man Zeitungen oder Zeitschriften durch, wurde der Begriff *Mythos* kein einziges Mal verwendet, stattdessen kamen Begriffe wie *Diva* oder *Legende* zur Anwendung.

Die BUNTE schrieb: „Mit ihr starb eine Legende – und eine Epoche ging unter“⁶⁷, Der Kölner Stadt-Anzeiger titelte: „Tod einer Diva.“⁶⁸

Es stellt sich natürlich die Frage, ob das nur deshalb so ist, weil Liz Taylor im Alter von 79 Jahren eines natürlichen Todes gestorben ist und nicht wie Romy Schneider auf tragische Weise schon mit Anfang vierzig; Liz Taylor hatte drei Kinder, alle leben, sie schloss acht Ehen. Sie engagierte sich im Kampf gegen AIDS, war mit Rock Hudson befreundet. All diese vorgenannten Lebensumstände brachten ihr Bewunderung und Respekt ein, ihre Darstellungskraft und ihre Schönheit ließen sie

⁶⁵ Michael Jürgs: *Der Fall Romy Schneider*. Econ & List Taschenbuch Verlag. München 1998, S.12

⁶⁶ Barbara Straumann: *A Star is Born: Ruhm in der filmischen Stargeschichte* in: Margit Fröhlich, Klaus Gronenborn, Klaus Visarius: *A Star is Born. Ruhm im Kino*. Schüren Verlag GmbH. Marburg 2007. S. 17

⁶⁷ Bunte Ausgabe 14/ 2011 S. 94

⁶⁸ Kölner Stadt-Anzeiger. 24.März 2011. Nr.70 (Titelseite)

zur Legende werden. Aber es stellt sich die Frage, wie lange es wohl dauern wird, bis auch Liz Taylor im Sprachgebrauch den Status eines *Mythos* erreicht haben wird oder ob es überhaupt dazu kommen wird?

Was ich damit aussagen will, ist, dass ein *Mythos* eindeutig Raum für Phantasien lassen muss, Realitäten laden nur zum Interesse ein. Außerdem sollte er in seiner Entstehung kein Vorbild haben; in der Werbesprache z.B. muss es ein USP (Unique Selling Proposition) geben, ein Alleinstellungsmerkmal, das es erschweren soll, das Produkt/die Person mit anderen Produkten/Personen vergleichbar zu machen. Ehen und Scheidungen sind nicht einzigartig, ebenso wenig ein soziales Engagement.

5.1 Was macht einen Star aus? – Vorstufe zum Mythos

Untersucht man, warum ein Schauspieler zum *Mythos* wurde, muss man notwendigerweise feststellen, dass er zuvor definitiv ein *Star* gewesen ist.

In einer Ausgabe des Wirtschaftsmagazins „brand eins“ erklärt der Journalist Peter Laudenbach in einem Artikel mit der Überschrift *Ein Hauch von Göttlichkeit*:

„Diven sind die Götter des Show-Business. Wenn das deutsche Glamour-Prekariat über den roten Teppich marschiert und in die Kameras lächelt, sieht das nur nach Arbeit aus. Aber Götter arbeiten nicht.

Leider ist das Fernsehen auch eine Entzauberungsmaschine, die das Bildschirmpersonal restlos banalisiert. Wer zwischen zwei Werbeblöcken in die Kamera lächelt, entwickelt etwa so viel Glamour wie eine Kukident-Tablette. Vor allem: Fernsehen suggeriert eine Nähe und Vertraulichkeit, die dem Glamour nicht gut bekommt. So produziert Fernsehen Prominenz und zerstört gleichzeitig Star-Glanz.“⁶⁹

Diese Abwertung des Fernsehens trifft punktgenau die Unmöglichkeit, hierzulande und aktuell *Mythen* generieren zu können. Henry Hübchen, ein bekannter Theater- und Fernschauspieler, kommt ebenfalls zu Wort:

„Ein Star, also ein Stern leuchtet am Himmel, man sieht nicht mal Einzelheiten und man hat viele Vorstellungen von diesem leuchtenden Stern. Je näher er kommt, desto weniger leuchtet er. Wenn er auf die Erde stürzt, ist er einfach ein Stein, das muss man tunlichst

⁶⁹Peter Laudenbach in: *brand eins. Wirtschaftsmagazin*. 9. Jahrgang Heft 03 März 2007, S.74

vermeiden. In einem kleinen Land wie Deutschland fehlt die nötige Entfernung“.⁷⁰

Hübchen als Schauspieler, als mitbeteiligter Gleichberechtigter der *Diven*, spricht also auch von einer notwendigen Distanz, die der *Star* einhalten muss, da ansonsten das Intime öffentlich und somit zur entweihten Ware wird.

Wie Elisabeth Bronfen erläutert hat, wurde ein *Star* schon zu Anbeginn der Filmära mit Absicht kreiert, und dies zuvorderst, um Produkte zu verkaufen, nämlich die Filme. Dass *Stars* ein Eigenleben entwickelten, war nicht vorgesehen, denn eigentlich sollten sie in ihrer aufoktroierten Fassade nur für das Produkt *Film* werben. Wenn Fernsehen heute aus allen Menschen potenzielle *Stars* mache, gäbe es nichts mehr, was diese *Stars* verkaufen könnten. Damit einhergehend komme es zu einer Entleerung des Starbegriffs. Wenn jeder im Fernsehen zum *Superstar* werden kann, ist der Star-Begriff nichts mehr wert.⁷¹

Hierzu passt natürlich der inflationäre Gebrauch dieses Begriffs in der so genannten *Yellow Press*. Diese *Gazetten* sorgen für „Nachschub“, um den Mangel an Aufmerksamkeit beim Leser zu verhindern; daher ist jedes Mittel recht, die Auflage zu sichern oder gar zu steigern. Aber selbst hier scheinen Grenzen erkannt zu sein, wie Graydon Carter, Chefredakteur der amerikanischen Zeitschrift *Vanity Fair* in einem Interview zugeben muss; angesichts der Berühmtheit von Paris Hilton und der Frage, was das Publikum an diesem *Celebrity-Typus* begeistert, antwortet er:

„Es ist, wie einem Zugunglück in Zeitlupe zuzusehen. Die Leute lieben Katastrophen und sie wissen, dass es für die meisten dieser Stars nicht gut ausgehen wird. Und das genießen sie, es lässt sie ihr eigenes Leben erträglicher finden. Die Menschen da im Fernsehen und auf den Magazin-Covern verdienen zwar unheimlich viel Geld. Aber man kann ihnen eben auch dabei zugucken, wie ihre Ehen scheitern, wie leer ihr Leben ist und schließlich, wie ihr Ruhm verblasst und aus dem Reichtum Schulden werden.“⁷²

In der Konsequenz bedeutet diese Aussage, dass das Publikum aus niederen Beweggründen konsumiert, nämlich aus Sensationsgier und Schadenfreude; auf diese Art und Weise der Betrachtung von *Stars* kann zwangsläufig nicht ein Weg zum *Mythos* eingeschlagen werden, da beide Seiten, *Star* und Fan, diesen Weg

⁷⁰ ebd. S.75

⁷¹ vgl. Elisabeth Bronfen: *Diva – Eine Geschichte der Bewunderung*. Schirmer/Mosel. München 2002

⁷² Welt am Sonntag. 26.02.2012. Nr.9. S. 63

nachhaltig blockieren. Laudenbach folgert daraus:

„Wenn der Prominente die entzauberte Schwundform des Stars ist, ist die Diva das Gegenteil des Prominenten. Der Prominente existiert nur, weil er sich an die Spielregeln des Betriebs hält. Die Diva macht sich ihre eigenen Spielregeln und sie ist auch dann eine Diva, wenn niemand sie kennt.“⁷³

Auch Bronfen sieht ähnlich, dass Diven quasi einen „Unfall“ im Star-System darstellen, sie erfüllten zwar die Anforderungen des Systems, brächten aber gleichzeitig ein Störelement hinzu. Eine Diva sei nichts Authentisches, niemand würde sie wirklich kennen; all das, was man zu wissen glaube, all das, an dem man teilzuhaben glaube, sei absolut künstlich hergestellt. Eine Diva sei einerseits ein Produkt, dass zwar ohne Bezug auf das Starsystem im Ganzen nicht funktionieren würde, aber sehr wohl die Grenze dieses Systems überschreiten und verletzen dürfe.⁷⁴ Hübchen hierzu noch einmal deutlich:

„Diven werden bedient, sie erlauben sich alles mögliche und nehmen für sich selbst einen Königsstatus in Anspruch. Diven bringen eine andere Kraft mit, die mit Risiko und Überraschung zu tun hat. Die sind natürlich schwer zu kontrollieren, aber das sind die interessantesten Personen, die auf ihren Eigenheiten bestehen. Diven nähert man sich mit Respekt, vielleicht haben sie Lust zu spielen, vielleicht auch nicht.“⁷⁵

In einem Interview mit der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung vom 24. April 2011, welches Peter Körte mit Christoph Waltz führte, äußert sich dieser in ähnlicher Weise. Auf die Frage, ob er nicht gerne über seine Arbeitsweise spräche, antwortete er:

„Das stört mich auch an den Bonusmaterialien einer DVD. Gehen sie mal zu dem Mann, der Lokomotiven verschwinden lässt, David Copperfield, und fragen ihn, ob er bereit wäre (...) zu erklären, wie er die Lokomotiven verschwinden lässt. Der lacht sie doch aus. Ich glaube, man gräbt sich damit selbst das Wasser ab. Der Zauber dessen, was wir machen, geht immer mehr verloren.“⁷⁶

Auf die nächste Frage, ob er sich Sorge, dass das Publikum das Staunen verlerne,

⁷³ Peter Laudenbach in: *brand eins. Wirtschaftsmagazin*. 9. Jahrgang Heft 03 März 2007, S.76

⁷⁴ vgl. Elisabeth Bronfen: *Diva – Eine Geschichte der Bewunderung*. Schirmer/Mosel. München 2002

⁷⁵ Peter Laudenbach in: *brand eins. Wirtschaftsmagazin*. 9. Jahrgang Heft 03 März 2007, S.76

⁷⁶ Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung. 24. April 2011. Nr.16. S.23 (Feuillton)

sagte er:

„Man staunt einfach über die falschen Sachen. Das ist, als wenn ich über ein Baugerüst staune, aber darüber das Bauwerk vergesse, das dahinter entsteht. Oder wenn ich die Bratpfanne bewundere, anstatt das Steak zu genießen. Wenn jemand sagt, der Film war gut gemacht, dann frage ich immer: Was heißt das? Früher oder später landet man dann immer beim Schnitt, beim Schnitt-Tempo. Und Schnitt finde ich, ist das am schwersten zu Beurteilende beim Film.“⁷⁷

Auf den Einwurf, das Beurteilen von Schauspielern sei aber auch nicht leicht, meint er:

„Das ist schwer, aber ich glaube schon, dass es Kriterien gibt. Dass sie objektiv sind, wage ich allerdings sehr zu bezweifeln. Es ist immer eine Frage des Maßstabs, den man anlegt, ob ich in Zoll oder Zentimetern messe, in Zentimetern wird es mehr. Der Kürze halber und um der Konversation willen sagt man lieber nur: guter Schauspieler, schlechter Schauspieler.“⁷⁸

Anhand all dieser Äußerungen wird es noch einmal deutlich, wie und warum man ein *Star* wird; zur Schau gestellte *Extravaganzen* in Kombination mit *Unberechenbarkeit im Auftreten* und *Unnahbarkeit* gegenüber den Fanmassen sind wesentliche Merkmale auf dem Weg zum Ruhm.

Roland Barthes stellt derartige Phänomene in den Dienst unserer Massenkultur, die unser kollektives Begehren sichtbar mache, der *Star* und sein Körper seien gleichsam ein *mythisches Zeichen* für eine *Identifikations-* und *Erlösungsfigur* und diene einer *kollektiven Sinnstiftung*.

⁷⁷ ebd.

⁷⁸ ebd.

5.2 Vom Star zum Mythos

Der freie Autor Reiner Nolden hat für das Autorennetzwerk „101“ einen Artikel mit dem Titel „A Star is born: vom Schauspieler zum Hollywood-Star und Mythos“⁷⁹ veröffentlicht. Er schreibt:

„Hollywood hat Filmstars gemacht, und Filmstars haben Hollywood am Leben erhalten. Und für das Publikum sind beide unentbehrlich geworden. *A Star is born* heißt ein Film, der gleich dreimal gedreht wurde: mit Janet Gaynor (1937), Judy Garland (1954) und Barbra Streisand (1976). Er erzählt die alte, aber immer wieder publikumswirksame Geschichte vom unbekanntem Mädchen, das über Nacht in den Ruhm katapultiert wird. Ein Filmstoff, auf den Hollywood die ewigen Rechte beanspruchen kann, denn 'Stars sind ein Phänomen, das von Hollywood geschaffen wurde und auf Hollywood beschränkt ist', wie es in einem Filmlexikon heißt. Wenn es eines Beweises für diese Behauptung bedarf: Es gibt keine deutschen Stars, keine englischen, schwedischen, von anderen Ländern ganz zu schweigen. In ihren Heimatländern wären Greta Garbo oder Marlene Dietrich nie zu Weltruhm gelangt, geschweige denn zu "Film-Göttinnen" oder "Film-Mythen" geworden. Selbst Sophia Loren und Gina Lollobrigida oder Brigitte Bardot und Jeanne Moreau haben nie jene Höhen des unantastbaren und alltagsfernen Startums erreicht, weil 1. Hollywood sie nie so richtig in die Arme geschlossen hat und 2., jede auf ihre Weise, sich der Realität nicht verweigern: Sie schreiben Kochbücher (Loren) oder fotografieren (Lollobrigida), kümmern sich um die bedrohte Tierwelt (Bardot) oder geben sich, wie Moreau es bei Interviews gern tut, als Stars zum Anfassen.“⁸⁰

Nolden hat ebenfalls erkannt, dass ein *Star zum Anfassen* streng genommen ein Widerspruch in sich ist:

„Ein Star wird ein Star eben dadurch, dass er sich entzieht. Erotische Verheißung und lustvolles Versagen: das Verhältnis des Publikums zu seinen Stars ähnelt dem mittelalterlichen Ideal der Minne. Der Ritter verzehrt sich nach der unerreichbaren Dame, besingt sie mit Liedern (=Fanpost) und nimmt ein Tüchlein oder eine Haarlocke (=Autogramm) als Zeichen ihres Gewogenseins. Diese gleichermaßen lust- wie qualvolle Schwebelage zwischen dem Nahe-sein-wollen und Nicht-nahe-sein-können ist der ideale Aggregatzustand der Minne, deren Tod die sexuelle Erfüllung ist: Der Weg ist das Ziel, das Ziel ist Ernüchterung.“⁸¹

⁷⁹ in www.Suite101.de am 11. November 2010

⁸⁰ ebd.

⁸¹ ebd.

Damit wird zum wiederholten Mal geklärt, dass die Filmindustrie sehr hartnäckig und konsequent eine *Star-Kreation* betreibt; man denke an die Homosexualität des Rock Hudson, die dem Publikum über Jahrzehnte vorenthalten wurde, um den Nimbus des *Frauenhelden* zu gewährleisten und damit die Produktion ungezählter Filme mit Hudson in der Rolle des attraktiven, humorvollen Frauentypen. Das Szenario gipfelte in der Eheschließung mit Phyllis Gates, der Sekretärin seines Agenten und endete erst mit seiner AIDS-Diagnose ein Jahr vor seinem Tod.

Zusammengefasst lässt Nolden an diesem System keinerlei Geheimnisse zu, es ist entlarvt und man müsste die Augen schon verschließen, wenn man als Fan immer noch das Märchen haben wollte:

„Ein Star ist ein Produkt, das von der PR-Abteilung des Filmstudios inszeniert wird. Stars sind eine Projektionsfläche für Träume, Identifikationsobjekte für den grauen Alltag. Mit der Wirklichkeit haben diese Wesen wenig zu tun. Sie sind gemacht aus Kostümen, Kulissen, Beleuchtung, Make-up. Perfekt ist der Star, wenn er sowohl Männer als auch Frauen fasziniert: Rudolph Valentino und James Dean waren in beiden Lagern beliebt und aktiv; Greta Garbo und Marlene Dietrich kokettierten mit ihrer Bisexualität. Marilyn Monroe faszinierte Männer mit ihrem Sex-Appeal und weckte mütterliche Beschützerinstinkte in den Frauen.“⁸²

Dass dieser *Star-Status* nicht unbedingt mit der Qualität der Filme zu tun haben muss, in denen die Schauspieler auftreten, kommt als Paradox hinzu; sein Beispiel:

„Im Grunde ist nur ein einziger Film von Marlene Dietrich mit ihr in der Hauptrolle im kollektiven Bewusstsein verankert, und dessen Erfolg hat sie nie wiederholen können, *Der blaue Engel* ist ihr erster und bleibt ihr bester Leinwandauftritt.

Auch die Mittelmäßigkeit der meisten Filme, in denen die Dietrich auftrat, ja, selbst ihr beschränktes schauspielerisches Talent haben die Legendenbildung um die Künstlerin nicht bremsen können. Star-Potenzial basiert nicht allein auf Äußerlichkeiten: "Ich gab ihr nichts, was sie nicht schon besaß", schreibt der Regisseur und Dietrich-Entdecker Josef von Sternberg in seinen Memoiren über die Künstlerin.“⁸³

Diese Einschätzung bedarf allerdings der gesonderten Betrachtung. Von Sternberg hatte Marlene Dietrich zu *Paramount* geholt und ließ das Studio die PR-Arbeit machen, was im Effekt dazu führte, dass sie in den USA als *aristokratische Diva* aus

⁸² ebd.

⁸³ ebd.

Deutschland und als erfolgreiches Gegenstück zur Garbo gehandelt wurde.

„Zu Marlene Dietrichs präziser Selbstinszenierung gehören nicht nur die langen Wimpern, die halbgeschlossenen Augen, die fein gezogenen Augenbrauen und das kantige, alabasterfarbene Gesicht. Ihr Leben lang kultiviert sie sorgfältig das Image der verlorenen und zwielichtigen Diva, das Josef von Sternberg ihr in den fünf Jahren der gemeinsamen Arbeit verpasst hat.“⁸⁴

Grossen Anteil an diesem Image hatte auch der die Opulenz liebende Kostümbildner Travis Benton und trotzdem waren ihre Filme wenig erfolgreich; allerdings blieb sie mit provozierten Skandalen wie ihrem verrucht-bisexuellen Auftritt in *Frack und Zylinder (Morocco)*, in dem sie leidenschaftlich eine Frau küsst, im Gespräch. Auch ihre „Sammelleidenschaft“ in Sachen Liebesaffären, die ihrer Wirkung als Mixtur aus Verderbtheit und Hingabe durchaus entsprach, beförderte weiter ihren Sonderstatus beim Publikum. Erst weit nach dem Krieg und entfernt von Hollywood streifte sie diese Attitüden zu Gunsten einer Ernsthaftigkeit ab wie z.B. in *Zeugin der Anklage* (1957) und konnte als Darstellerin überzeugen. Später kommen ihre Jahre als Chansonsängerin in Paris hinzu und auch hier besticht sie trotz des fortgeschrittenen Alters durch gewagte, weil transparente Kostüme. „Gekonnt setzte die Diva bis zum Schluss den Mythos ihrer unvergänglichen Jugend in Szene.“⁸⁵

Sie betrachtete die Öffentlichkeit immer als Teil ihres Berufsfelds, daher durfte ihr Privatleben dem keinesfalls zuwider laufen. Es gab nie ein Foto von einer alten, bettlägerigen Dame in ihrer Pariser Wohnung, 13 Jahre bis zu ihrem Tod hielt sie sich konsequent vor der Öffentlichkeit verborgen und erhielt damit ihre unnahbare Perfektion im Gedächtnis der Menschen aufrecht.

Dies alles relativiert in meinen Augen das harte Urteil Noldens, der doch auch nur zum Schluss kommt, das Marlene Dietrich etwas hatte, was wenige haben: „Von hundert Schauspielerinnen haben vielleicht zwei oder drei jene unergründliche Qualität namens *Star Power*. Bei manchen hat sie eine verschwindend geringe Halbwertszeit, bei anderen hält sie über den Tod hinaus an.“⁸⁶

⁸⁴Angela Schmitt-Gläser in: Cathrin Kahlweit: *Jahrhundertfrauen: Ikonen-Idole-Mythen*. Beck. München 1999. S. 178

⁸⁵ ebd. S. 180

⁸⁶ in www.Suite101.de am 11. November 2010

„Das ist der Moment, in dem der Star zum Mythos wird.“⁸⁷

„Greta Garbo ist einer, Marlene Dietrich ebenfalls. Mae West und Jean Harlow dagegen, ebenfalls Ikonen des Hollywoodfilms, sind nicht zum Mythos geworden. Zu wenig geheimnisvoll war beider Leben, zu wenig entrückt vom Alltag. Jean Harlows Leben entbehrte bei allem Glamour nicht einer gewissen Gewöhnlichkeit, und ihr früher Tod mit 26 Jahren war nicht – im Gegensatz zu James Deans spektakulärem Autounfall 18 Jahre später und Marilyn Monroes bis heute ungeklärte Todesumstände – zur Legendenbildung geeignet.“⁸⁸

Folgt man den Erkenntnissen Noldens, der sich in guter Gesellschaft zu anderen Kennern der Materie befindet, wenngleich er kein Wissenschaftler ist, führt für die breite Masse ein auf die Spitze getriebener Entzug von Information zur unausweichlichen Heranbildung des *Mythos*.

„Das Spiel, sich der Masse darzubieten und ihr sich doch zu verweigern, haben in dieser Perfektion nur die Dietrich und die Garbo beherrscht. Greta Garbo zog sich 1941 nach einem Leinwand-Flop (*Die Frau mit den zwei Gesichtern*) ganz aus dem Filmgeschäft zurück und stilisierte ihr Leben fortan für die Öffentlichkeit, die nach wie vor an der *Göttlichen* interessiert war, zu einem großen Rätsel: Sie wurde die seltsame Frau im Regenschirm, die mit Sonnenbrille und tief in die Stirn gezogenen Hüten durch die Straßen von Manhattan lief. Marlene Dietrich blieb publik auch dann noch, als ihre Filmauftritte seltener wurden. Sie besann sich auf ihr anderes Talent und konnte dem drohenden Abstieg eine fulminante Wendung geben: in aller Welt bejubelte man nun die (ebenfalls nicht mit übermäßigem Talent gesegnete) Sängerin, die für ihre zweite Karriere aus der Vergangenheit schöpfen konnte und die Chansons und Schlager aus ihren Filmen präsentierte. Was das Publikum aber noch mehr in ihren Bann zog als die alten Songs, die aufwendigen Kostüme und die bis ins Kleinste inszenierte Bühnenshow war der Umstand, dass der Mythos Dietrich nicht nur auf der Leinwand, sondern auch live auf der Bühne funktionierte.“⁸⁹

Die Schlussfolgerung all dessen lautet, dass man, einmal zum *Mythos* mutiert, kaum noch dagegen angehen kann und es wohl einer massiven PR-Gegenmaschinerie bedürfte, um dergleichen auch nur im Ansatz zu erreichen.

⁸⁷ ebd.

⁸⁸ ebd.

⁸⁹ ebd.

5.3 Ein Blick zurück – die UFA und ihr Star Zarah Leander

Klaus Kreimeier geht in seiner „UFA-Story“ zurück in die Vergangenheit und postuliert, dass auch schon in den 1920er Jahren galt: „Kinowirklichkeit funktioniert als Ersatzrealität.“⁹⁰

Gert Selle schrieb zu diesem Umstand: „wie das Automobil oder die elegante Wohnungseinrichtung ... blieben auch der Reichtum und der vorgeblich libertine Lebensstil der Stars Objekte der Wünsche ...“⁹¹

„(...)“, wenn es auch erfreulich ist, dass ein Schauspiel dazu geschaffen ist, die Welt klarer zu machen, so liegt doch eine schuldhafte Duplizität darin, das Zeichen und das Bedeutete miteinander zu verwechseln.“⁹² kritisiert Roland Barthes im Sinn seiner oben schon erwähnten Kritik diese Vermischung.

Mithin ist die Kritik an der *Traumfabrik* ebenso alt wie diese selbst, zumindest, wenn man zu dieser Art Reflexion befähigt ist. Doch das Publikum hat sich schon immer um derlei theoretische Dinge nicht gekümmert, sondern wahrgenommen, was die Leinwand lieferte und was man daraus machen wollte. Nicht selten waren diese Zelluloidträume empfundene Realität, aber auch diese mussten in sich stimmig sein und in das Zeitkolorit passen.

Marlene Dietrich, „fremd und mondän, von androgyner Eleganz und provozierender Unabhängigkeit“⁹³, entrückte den wirtschaftlich zunehmend gebeutelten und daher betont sachlichen Deutschen und entfloh in die USA. Die andere wesentliche Darstellerin dieser Zeit war Greta Garbo, nur weigerte sich diese, in deutschen Filmen mitzuspielen.

Der Regisseur Max Hansen entdeckte während einer Skandinavienreise die Sängerin Zarah Leander (bürgerlich: Sara Stina Hedberg) und die UFA startete 1936 einen Reklamefeldzug, der, neben der Namensgebung, auch weiter durchgesetzt war mit erfundenen und gefälschten Informationen über diese *neue Garbo*.

„Wenn sie längere Repräsentationsreisen ins Ausland unternahm, bestimmte nicht sie,

⁹⁰ Klaus Kreimeier: *Die UFA-Story*. Hanser Verlag. München 1992. S. 177

⁹¹ Gert Selle: *Kultur der Sinne und ästhetische Erziehung*. Köln 1981 in: Klaus Kreimeier: *Die UFA-Story*. Hanser Verlag. München 1992. S.177

⁹² Roland Barthes: *Mythen des Alltags*. Suhrkamp Verlag. Berlin 2010. S. 46

⁹³ Klaus Kreimeier: *Die UFA-Story*. Hanser Verlag. München 1992. S. 181

was sie wann, wo und wozu tragen würde, sondern die Kostümabteilung der UFA. Damit ihr auch ja kein Fehler unterliefe, gab man ihr umfangreiche Listen mit auf den Weg, auf denen die Zusammenstellung ihrer Garderobe und der dazu passenden Accessoires für die jeweiligen Anlässe bis ins letzte Detail vorgegeben war.“⁹⁴

Beträchtliche Verdienste um den *Zarah-Mythos* erwarb auch der Regisseur Detlef Sierck (mehr bekannt als *Douglas Sirk*).

„Mit vorteilhafter Kleidung, viel Schmuck und dekorativen Hüten lenkt er von Zarah Leanders Figurproblem ab. Er lässt ihr das Hoheitsvolle ihrer klassisch-theatralischen Schönheit und betont ihre Weiblichkeit, fügt aber, wo immer es die Handlung erlaubt, viel Glamour hinzu und verleiht Zarah Leander so die attraktive, mondäne Sinnlichkeit einer vergangenen Zeit.“⁹⁵

Der Kameramann Franz Weihmayr hatte ebenfalls erheblichen Anteil:

„Weihmayr machte aus der Ausleuchtung ihres großflächigen Gesichts mit den sehnsüchtig schmachtenden Augen eine Geheimwissenschaft, die ihn beflügelte, für die Einrichtung einer Nahaufnahme mehrere Stunden aufzuwenden, um eben jenen Schimmer des Rätselhaften, jene schwerblütige Melancholie zu treffen, die in Zarah Leanders zehn UFA-Filmen zum Inbegriff unsagbarer Trauer wurden – einer Trauer, in der die Deutschen des NS-Staates, wenige Jahre vor Kriegsbeginn und erst recht im Kriege selbst, eine Romantik entdeckten, die ihrem Alltag versagt war – und eine Stärke, die sie dringend benötigten. Ihre dunkle Stimme tat ein übrigens, um die Triebsublimierungen, von denen alle ihre Lieder handelten, romantisch zu veredeln.“⁹⁶

Das Fazit muss lauten: So alt wie der Film ist der daraus resultierende *Starkult*, aber er wurde in jedem Falle auch in Deutschland von den Geldgebern der Filme artifiziell befeuert, um mögliche Imponderabilien auf dem Weg der Refinanzierung und fortgesetzten Profitmaximierung zu vermeiden. Hierbei wurde wiederholt ein rein künstlerischer Aspekt, so er denn je gewünscht und vorhanden war, verschwindend gering geachtet.

⁹⁴ Cornelia Zumkeller: *Zarah Leander*. München 1988. S. 100 in: Klaus Kreimeier: *Die UFA-Story*. Hanser Verlag. München 1992. S.352

⁹⁵ Elisabeth Läufer: *Skeptiker des Lichts – Douglas Sirk und seine Filme*. Frankfurt/M. 1987. S. 55 in: Klaus Kreimeier: *Die UFA-Story*. Hanser Verlag. München 1992. S.352

⁹⁶ ebd. S. 352

5.4 Roland Barthes` Blick auf Greta Garbo

In der schon mehrfach zitierten Essay-Sammlung *Mythologies* findet sich auch ein Artikel zu Greta Garbo, den Barthes nutzt, um die visuellen Möglichkeiten hervorzuheben, derer man sich im Film als Darsteller bedienen muss: Gesicht und Maske. Absichtsvoll bezieht er sich dabei nicht auf irgendeinen der Mitte der 1950er Jahre in Frankreich populären Kinofilme, sondern rekurriert auf den über 20 Jahre alten, 1933 in den USA gedrehten Film *Queen Christina* von Rouben Mamoulian, mit Greta Garbo in der Titelrolle. Der Grund hierfür wird umgehend klar:

„Die Garbo gehört noch in jene Phase des Kinos, in der die Aufnahme des menschlichen Gesichts die Massen in die größte Verwirrung stürzte, in der man sich buchstäblich im Bild eines Menschen verlor wie in einem Zaubertrank, in der das Gesicht gleichsam einen absoluten Zustand des Fleisches bildete, den man nicht erreichen und von dem man sich nicht lösen konnte. (...) das Gesicht ... der Garbo gehört in dieses Reich der höfischen Liebe, in dem das Fleisch mystische Empfindungen der Verdammnis weckt. Die Garbo zeigte gleichsam eine platonische Idee der menschlichen Kreatur ...“⁹⁷

Sowohl der Inhalt des Films als auch Barthes` Bewertung bedienen sich mittelalterlicher Bilder und Begriffe, um das Vergangene nochmals zu beschwören. Auch Barthes schien klar zu sein, dass die alten *Mythen* im Film keine Wiederholung in der Neuzeit finden würden, die *Nouvelle Vague* stand in seinem Land kurz vor der „Geburt“ und die nach dem Krieg produzierten Filme konnten bis dato keine neuen *Mythen* konstruieren, die Realitäten waren kaum dazu angetan. Also erklärt Barthes anhand des älteren Beispiels nochmals die notwendigen Mechanismen, die einen *Mythos* ermöglichen.

„Ihr Beinamen *die Göttliche* richtete sich gewiß weniger auf ein Höchstmaß von Schönheit als auf die Essenz ihrer körperlichen Person, die von einem Himmel herabgestiegen war, in dem die Dinge die Form vollendeter Klarheit besitzen. (...) Die Essenz durfte nicht verwitern, ihr Gesicht durfte nie eine andere Realität als die ihrer noch vergeistigten als plastischen Vollkommenheit besitzen.“⁹⁸

Die Terminologie Barthes` bestätigt in vollem Umfang die in Kapitel 5 beschriebene Alleinstellung eines *Stars*, der menschliche Sphären scheinbar verlassen hat und

⁹⁷ Barthes, Roland: *Mythen des Alltags*. Suhrkamp Verlag, Berlin 2010. S. 89

⁹⁸ ebd. S. 90

nun abgeschottet der Huldigungen harrt, derer nur eine Gottheit würdig ist. Aber Barthes weiß auch um die Vergänglichkeit:

„Das Gesicht der Garbo stellt jenen flüchtigen Augenblick dar, in dem das Kino einer essentiellen Schönheit eine existentielle Schönheit entnimmt, in dem der Archetyp in die Faszination vergänglicher Gesichter umzuschlagen beginnt, in dem die Klarheit der Essenzen des Fleisches einer Lyrik der Frau weicht.“⁹⁹

Eine Teilerklärung zum *Mythos* R. Schneider, M. Monroe oder J. Dean wird hier indirekt mitgeliefert: wir haben diese Menschen schließlich nicht altern sehen!

Aber Barthes gibt sich nicht zufrieden mit der Beschreibung eines Ideals der Vergangenheit, sondern gibt eine aus seiner Sicht schlüssige Erklärung dafür, warum in der Neuzeit *Mythen* ausbleiben müssen, auch hier bezieht er sich vordergründig nur auf ein Gesicht; herausgesucht hat er sich die seinerzeit in den USA erfolgreiche Britin Audrey Hepburn (wenngleich ihr größter Erfolg *Frühstück bei Tiffany* noch gar nicht gedreht war), welches er wie folgt einordnet:

„Das Gesicht Audrey Hepburns ... ist individualisiert, nicht nur wegen ihrer besonderen Thematik (Kindfrau, Katzenfrau), sondern auch durch ihre Person, durch die fast einmalige Spezifikation ihres Gesichts, das nichts Essentielles mehr hat, sondern aus der unendlichen Vielfalt morphologischer Funktionen besteht. Als Sprache betrachtet war die Einzigartigkeit der Garbo begrifflich, die Audrey Hepburns ist substantiell. Das Gesicht der Garbo ist Idee, das der Hepburn Ereignis.“¹⁰⁰

Barthes stellt hier einen wesentlichen, wenn nicht den wichtigsten, Aspekt der *Mythenbildung* heraus: ein *Mythos* bedarf der Unklarheit, der Verschwommenheit, der Vermutung, des Nichtwissens. Werden Menschen mit realistischer Klarheit bedient, und sei sie noch so vielfältig, wandelbar und beeindruckend wie Hepburns Gesicht, wird daraus ein singuläres Ereignis, aber kein Geheimnis und kein Versprechen für die Zukunft.

⁹⁹ ebd. S. 90

¹⁰⁰ ebd. S. 91

6. Der deutsche Autorenfilm und New Hollywood – eine Ära ohne Mythen

Die politischen Auswirkungen der vielzitierten *68er Bewegung* nahmen natürlich auch Einfluss auf das kulturelle Bewusstsein von Filmautoren und Regisseuren.

Im Januar 1968 trat zudem das neue Filmförderungsgesetz in Kraft und in West-Berlin wurde die Filmförderungsanstalt (FFA) gegründet, damit änderten sich die Grundlagen der Filmfinanzierung in Deutschland in erheblichem Maße. 1971 gründete sich in München der genossenschaftliche *Filmverlag der Autoren*, der die Produktionen und den Verleih der Werke der Filmemacher organisieren sollte, ein eigenes *Internationales Forum des Jungen Films* wurde der *Berlinale* angegliedert.

Die Themen und Filminhalte änderten sich maßgeblich.

1970 war das *Millionenspiel* von Tom Toelle (Drehbuch W. Menge) die vorweggenommene Jagd auf die TV-Quote und das heute in der Kritik stehende *Reality-TV*. 1972 drehte der Regisseur Werner Herzog den Film *Aguirre, der Zorn Gottes*, dessen Handlung auf eine historische Begebenheit im 16. Jahrhundert zurückgeht: Ein spanischer Eroberer scheitert, als er den idealen Staat am Amazonas errichten will. Herzog prangert *imperialistischen Wahn* und *irrsinnige Führerideen* an, der *Mythos* der allzeit überlegenen Spanier im Eroberungsrausch nimmt Schaden.

1973 löste der Autor Wolfgang Menge mit der fiktionalen Dokumentation *Smog* im WDR eine Umweltdiskussion aus, man fürchtete plötzlich um das Image des Ruhrgebiets. In Volker Schlöndorffs *Die verlorene Ehre der Katharina Blum*, der Verfilmung des gleichnamigen Romans von Heinrich Böll, wird Katharina Blum zum Opfer von Boulevardpresse und einer aufgeheizten Öffentlichkeit, bedrängt durch die einseitig ermittelnde Justiz. DER SPIEGEL schrieb dazu später: „Der filmische Durchbruch der Angela Winkler in der *Verlorenen Ehre der Katharina Blum* gelang ... als (Böll-)Heldin, die in einem von der Springer-Presse pogromartig angeheizten Klima der Gewalt sich nur noch mit Gegengewalt artikulieren kann.“¹⁰¹

In den Jahrzehnten zuvor waren die Filme, die eine „heile Welt“ vorgaukelten oder zumindest die Sehnsüchte nach einer solchen befeuern sollten, immer in Verbindung zu einer Person (Darsteller/Rolle) zu sehen, die Vorbildcharakter hatte und zur Identifikation einlud. Die damit einhergehende Idealisierung dieser Person resultierte

¹⁰¹ Ausgabe vom 31.08.1981, <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-14341759.html>

möglichst aus einer Übereinstimmung von Rollen und privatem Leben, erst dann war die Basis für die Verehrung vollkommen. Dabei war es kaum von Bedeutung, ob die 'gespürte' Wahrhaftigkeit eines solchen vorgelebten Daseins realistisch war oder doch nur aus dem Hintergrund gesteuert und mittels vieler „Häppchen“ wie z.B. so genannter *Home Storys* aufgebaut. Hauptsache blieb, dass die *Mythologisierung* funktionierte und vor allem den kommerziellen Erfolg der Filme transportierte.

Nun aber war man relativ abrupt in der Wirklichkeit angekommen und nahm sich ihrer auch an, dramatisierte die Lebensverhältnisse und hielt den Zuschauern schonungslos den Spiegel vor. Rainer Werner Fassbinders Film *Angst essen Seele auf* von 1974 führt zu einem frühen Zeitpunkt Aspekte der Ausländerproblematik in Deutschland vor Augen, wurde von der heimischen Kritik aber für die angeblich spießige Machart und die provinzielle Ausstattung gescholten; der dann auf den Filmfestspielen in Cannes verliehene internationale Kritikerpreis half natürlich, diese Sicht zu revidieren. Bis auf Volker Schlöndorffs Literaturverfilmung *Die Blechtrommel* (an Position 40) erreichte allerdings kein künstlerischer deutscher Film (ausdrücklich ausgenommen bleiben die *Schulmädchen Reporte*) die Liste der 100 kommerziell erfolgreichsten Filme der 1970er Jahre.¹⁰²

Diese neuen *Helden*-Darsteller eigneten sich weder zum *Star* noch zum *Mythos*, sondern mit diesen Filmen wurde ein deutliches Zeichen gesetzt: die Zeit der Verklärung ist vorbei.

„Barbara Sukowa, seit Fassbinders *Alexanderplatz* bekannt, ist in den Kinos als neue Lola zu sehen: wo ihr großes Vorbild, Marlene Dietrich, 'von Kopf bis Fuß auf Liebe eingestellt' als mörderischer Vamp auftrat, singt Lola jetzt, in die Provinz der fünfziger Jahre verschlagen, den Fernweh-Tango von den 'Capri-Fischern'. Lola - eine Frau für masochistische Männerträume, ein zum Kintopp-Mythos erhobener Angsttraum vor dem Geschlecht und dem Trieb auf, wehe wenn er losgelassen, freier Wildbahn. Fassbinders *Lola* hat mit dem *Blauen Engel*, hat auch mit *Professor Unrat* nichts zu schaffen.“¹⁰³

Dass Fassbinder den Vergleich zum *Blauen Engel*, zur *Ur-Lola* sozusagen, nur bedingt riskierte, mochte auch daran liegen, dass die Rechte am *Blauen Engel* nicht frei waren, ein direktes Remake wäre nicht möglich gewesen; aber die

¹⁰² <http://www.insidekino.de/DJahr/D1970-1979.htm>

¹⁰³ Ausgabe vom 31.08.1981, <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-14341759.html>

erfolgsträchtige Assoziation, die der Titel auslöste, hatte er wohl durchaus im Sinn. Denn noch immer hatte die altbekannte Sicht auf *Lola* Marlene Dietrich Bestand:

„Marlene Dietrich, das war einer der spektakulärsten Durchbrüche zum Weltruhm, die perfekte Ufa-Variante zum Hollywood-Traum *A Star Is Born*. *Lola*, das war der Sprung in ein Rollenbild, das sich nicht mehr auslöschen, nicht mehr wegdenken ließ. Wie die *Göttliche* Garbo neben ihr, deren Unnahbarkeit sie überbot, indem sie auch nahbar unnahbar blieb, wie die Monroe nach ihr, deren vulgären touch sie vorwegnahm, ohne ihre damenhafte Allüre zu verlieren, ist die Dietrich ein Sex-Idol.“¹⁰⁴

Barbara Sukowa als *Lola* jedoch reihte sich in die Riege von Darstellerinnen anti-heroischer deutscher Protagonistinnen ein, wie sie der neuere deutsche Film so liebte, natürlich ohne Anspruch auf eine *Mythologisierung* erheben zu können oder auch überhaupt zu wollen.

Um das Misslingen speziell deutschen *Startups* bis heute zu verstehen, muss man unbedingt den Faktor Fernsehen neben das Kino stellen (s. auch Kapitel 5.2), denn hierzulande wird in der Presselandschaft gerade in Richtung auf das 24-Stunden-Programm der Privatsender ein inflationärer Missbrauch mit dem Begriff *Star* betrieben.

Natürlich war es nicht der deutsche Autorenfilm, sondern die zeitlich früher stattfindende französische *Nouvelle Vague* mit ihren *Auteurs*, die sich anfänglich noch selbst als von Hollywood inspiriert zeigte und Filme von dort allenthalben im Bild zitierte, die dann später wiederum das ferne Hollywood beeinflussten; immerhin war es aber überhaupt das einst kommerziell zurückgebliebene Europa, welches den Niedergang des *Golden Age* begleitete und dem großen Hollywood half, sich neu zu erfinden.

Die Erfolgsrezepte waren während des *Golden Age* jahrelang variiert worden (z. B. Rock Hudson und Doris Day als Traumpaar der romantischen Komödie) und als das Fernsehen zu einer ernsthaften Bedrohung wurde, reagierte Hollywood mit Monumentalfilmen wie *Die zehn Gebote* oder *Ben Hur*. Die alten Hollywood-Filme spielten eben immer in einer artifiziellen Traumwelt und bedienten – so wie auch in Europa – die eskapistischen Bedürfnisse eines Publikums, das im Kino nicht mit den sozialen Realitäten konfrontiert werden, sondern träumen wollte.

¹⁰⁴ ebd.

Zudem waren die kassenträchtigen *Golden-Age-Stars* tot (Humphrey Bogart 1957, Gary Cooper 1961) oder zu alt (Cary Grant, John Wayne).

Das künstlerische Vakuum, das sich in den 1960er Jahren in Hollywood zunehmend offenbarte, ermöglichte es jungen Filmemachern auch im weiteren Verlauf der 1970er Jahre, eine neue Art von Kino zu etablieren. Eine Vielzahl junger Regisseure war von den Qualitäten des europäischen, speziell des französischen Kinos begeistert und bekannten sich deutlich zu dem Einfluss der *Nouvelle Vague* auf ihre eigene Arbeit, darunter William Friedkin mit *The French Connection* (1971) oder Martin Scorsese mit *Taxi Driver* (1976), aber auch Paul Schrader oder Brian de Palma.

Den Wendepunkt stellte tatsächlich ein Einzelwerk dar, dessen Drehbuchvorlage als Regie-Angebot auch an Francois Truffaut und Jean Luc Godard gegangen war, beide lehnten ab¹⁰⁵; also drehte Arthur Penn mit *Bonnie und Clyde* (1967) einen erfolgreichen Gangsterfilm, dessen skeptische Anti-Establishment-Haltung, kombiniert mit einer modernen Erzählweise, den damaligen Zeitgeist sehr gut traf.

Ähnliches gelang Mike Nichols mit *Die Reifeprüfung* (1967), in dem Dustin Hoffman als frustrierter College-Absolvent gegen die langweilige und zudem moralisch korrupte Spießergeneration rebelliert.

Den ersten kommerziellen Erfolg verbuchte dann das Road-Movie *Easy Rider* (1969), das Regisseur und Darsteller Dennis Hopper zunächst unabhängig mit kaum vorhandenem Drehbuch als Erstlingswerk realisierte; es wurde jedoch mit Begeisterung aufgenommen und weltweit zu einem großen Hit, der schon damals etwa 20 Mio. Dollar einspielte.

Woody Allen, der auch als sein eigener Hauptdarsteller agierte, war einer der typischen Anti-Helden der Zeit. Allen schrieb die Drehbücher und führte ab 1969 (bis heute) zusätzlich Regie. *United Artists* (notabene) als sein Stammfilmverleih ermöglichte ihm diese Freiheit und profitierte auch von dessen künstlerischem und kommerziellen Erfolg beim Publikum.

Man war weit entfernt vom hergebrachten System, alle Filmemacher und Darsteller hatten für die standardisierten Kommerzfilme Hollywoods wenig übrig und wollten Filme drehen, die tiefgründig, subtil und gleichzeitig künstlerisch relevant waren.

¹⁰⁵ vgl.: „Nouvelle Vague“, TV-Dok. (2008) von Luc Lagier auf ARTE, gesendet am 08.02.2012

Die Geschichten spielten nicht mehr in einer hermetischen Traumwelt, sondern erzählten in der Regel von echten Menschen mit wirklichen Problemen in der gesellschaftlichen Realität und nahmen häufig die Themen der Protestbewegungen auf, die gegen die erstarrten sozialen Strukturen und den Vietnamkrieg rebellierten und eine gesellschaftliche Liberalisierung forderten.

Die Protagonisten wurden nicht heroisiert, sondern in ihren Handlungen und Motiven hinterfragt und analysiert; daher gingen auch viele von ihnen (im Film) an diesen Realitäten zugrunde, wurden aber selbst in ihrem Scheitern zu Märtyrern, die dann das politische System zumindest im moralischen Sinne besiegt hatten.

Die Rollen innerhalb dieses neuen Kinostils wurden in der Regel dann auch nicht mit etablierten, älteren *Hollywood-Stars* besetzt; stattdessen kamen unangepasste, unglamouröse, aber sehr talentierte Darsteller zum Einsatz, die einen bisher nicht gekannten Realismus in ihr Spiel einbrachten. Wenn man nun die damals unbekannteren Akteure, die heutzutage als *prominent* eingestuft werden können, mit den *Stars* des *Golden Age* vergleicht, kommt man zum Schluss, dass auch die „Neuen“ selbstverständlich zu *Stars* avanciert sind, jedoch kann keiner von ihnen für sich verbuchen, er sei mittlerweile ein *Mythos*. Hierzu einige Beispiele:

Warren Beatty und Faye Dunaway sind durch *Bonnie & Clyde*, diesem nicht „wirklich bösen Gangsterpärchen“ zu Ruhm gelangt, der *Mythos* gebührt, wenn überhaupt, dem Film als Hommage an die historischen Kriminellen.

Jane Fonda protestierte gegen Vietnam und machte Aerobic-Videos, bevor sie Mrs. Ted Turner wurde. Barbra Streisand singt sehr erfolgreich bis zum heutigen Tage und ist eine perfekte Diva (vgl. Kapitel 5.1). Diane Keaton hat einen berühmten Vater und war mit Woody Allen liiert. Jack Nicholson hat einige herausragende Rollen gespielt und haftet im Gedächtnis. Robert De Niro und Al Pacino sind auf ewig mit *Der Pate* verbunden, auch diese beiden haben Charaktere verkörpert, an die man sich nachhaltig erinnert. Dustin Hoffmann hat mit seiner Darstellung in *Rain Man* seinen Ruhm gefestigt und Mike Nichols durch die Wahl des Soundtrack für *Die Reifeprüfung* den Ruhm zweier junger Musiker, nämlich Simon & Garfunkel, dazu.

Viele dieser Schauspieler sind noch präsent am Markt, da im Gegensatz zum *Golden Age* auch Rollen für alte Menschen geschrieben werden. Fazit dieser Betrachtung muss daher lauten, dass dieser neue Realismus, und zwar zu finden in den Rollen

als auch im Leben der Darsteller, es so gut wie unmöglich macht, eine *Mythenbildung* zu befördern.

Hinzu kommt ein gestiegener Mangel an Distanz zum Publikum, man lässt die Menschen teilhaben an den Höhen und Tiefen des Daseins. Gescheiterte Ehen gibt es an jeder Ecke, Alkohol- und Drogenexzesse gelten ebenso als nachvollziehbar menschlich wie Schönheitsoperationen.

Nur sind diese Vorkommnisse eben *allzu* menschlich und nicht mehr fremd, exotisch, außergewöhnlich. Den Zuschauer beschleicht der Verdacht, dass etwa die dargestellte Rolle als Verlierer im Film durchaus im Privatleben fortsetzbar ist, getreu dem Motto 'Ist der Ruf erst ruiniert, lebt es sich ganz ungeniert'. Und dies wiederum ist ein von den *Stars* durchaus positiv empfundener Umstand, da man sich weder verstecken noch Rechenschaft ablegen muss gegenüber einer PR-Maschinerie im Hintergrund, die einen konkreten Fahrplan für den Alltag vorgibt.

So stellt sich im Rückblick auf bekannte *Mythosfiguren* im Film des letzten Jahrhunderts die zugegeben defätistische Frage, ob ein herausragender Darsteller etwa früh und auf tragische Weise aus dem Leben scheiden muss, um den Olymp erklimmen und im Gedächtnis der Menschen als *Mythos* zu überdauern zu können?

6.1 Die Nouvelle Vague und Jean Seberg – kein Mythos in Sicht

Romy Schneider ist sicherlich kein schlechtes Beispiel für die Richtigkeit dieser Vermutung, andererseits gilt es aber auch das Gegenteil dessen zu berücksichtigen: Schaut man nochmals auf die so wichtige *Nouvelle Vague*, wird man sofort magisch angezogen von der Amerikanerin Jean Seberg, neben dem ebenfalls unbekanntem Jean-Paul Belmondo Hauptdarstellerin in *Ausser Atem* von Jean Luc Godard – die „Newyorkaise“.¹⁰⁶ Sie ist in Frankreich berühmt, die Verkörperung eines neuen Typs Frau, unangepasst und undurchschaubar; sie wird geliebt wegen ihrer entspannten Art zu spielen und auch wegen ihres Blicks, der oft leer wirkt. Sie ist besonders, ihr Kurzhaarschnitt fällt auf und wird Mode, ebenso ihre männliche Kleidung und Körperhaltung.

Doch „den frühen Trubel um ihre Person, der doch nur ihrer Teenagerschönheit gilt,

¹⁰⁶Angela Schmitt-Gläser in: Cathrin Kahlweit: *Jahrhundertfrauen: Ikonen-Idole-Mythen*. Beck. München 1999. S. 188

trägt Jean Seberg wie eine schwere Last ihr Leben lang mit sich herum.“¹⁰⁷

Mir scheint an dieser Stelle die Analogie zu Romy Schneider, die ihr *Sissi*-Image später verfluchte, sehr deutlich zu sein, aber nicht nur hier, beide gehen auch offensiv mit dem Verlust eines Kindes um.

Seberg kämpfte in den USA gegen den Rassismus, für die Bürgerrechte, gegen die OAS und die algerischen Generäle und dass sie die *Black Panther* finanziell unterstützte und eine Affäre mit deren damaligem Führer Hakim Jamal hatte, entsprach unter Intellektuellen durchaus den Moden der Zeit. Ihre finanzielle Unterstützung der Bewegung führte nicht nur zur Überwachung durch das FBI, sondern auch zu Diskreditierung und öffentlicher Diffamierung. Das Gerücht, sie erwarte ein Kind von einem Schwarzen, wurde lanciert, *Los Angeles Times* brachte eine Meldung. Drei Tage später hatte sie eine Frühgeburt und das Kind, ein Mädchen, starb. Sie ließ es in einem Glassarg aufbahnen, jeder sollte sehen, dass es ein weißes Kind war.

„Vielleicht war die Seberg ein wenig selbstzerstörerischer als die meisten, von Anfang an, vielleicht trieb sie das Experiment mit sich selbst und mit den Männern ein wenig weiter. Ein Stoff zu Tragödien ist das noch nicht, allenfalls zu amerikanischen.“¹⁰⁸

Ende August 1979 verschwand sie, am 8. September wurde ihre Leiche in einem Auto gefunden: Selbstmord infolge einer Überdosis von Barbituraten und 8 Promille Alkohol; bis heute gibt es Spekulationen, daß sie ermordet wurde, ihr Ex-Ehemann Romain Gary machte für ihren Tod das FBI verantwortlich. Er berichtete, dass, wenn sich die Geburt der toten Tochter jährte, Jean Seberg einen Selbstmordversuch unternahm, insgesamt siebenmal erfolglos, einmal erfolgreich.

„Das FBI hat in den achtziger Jahren zugegeben, daß Jean Seberg verfolgt und verleumdet wurde. (...) Das makabre Ende einer früh vom Glück verlassenen amerikanischen Schauspielerin in Paris. (...) Parallelen zum Paradedfall der an ihrer Manipulierbarkeit, an dem Klischee, in das sie von anderen gepresst wurde, zugrunde gegangenen Schauspielerin: Marilyn Monroe. Sie starb früh genug, um

¹⁰⁷ ebda., S. 188. In Eigeneinschätzung sagte Seberg: „I was a has-been at twenty.“

¹⁰⁸ AnnetteMeyhöfer

<http://wissen.spiegel.de/wissen/image/show.html?did=8892260&aref=image017/SP1996/011/SP199601101410141.pdf&thumb=false>

zum *Mythos* zu werden. Jean Seberg hatte selbst im Tod noch Pech. „Sie ist nur eine Zweitaufgabe. (...) Eine traurige, delikate und auch eine schmutzige Geschichte, über die nur eines mit Gewissheit gesagt werden kann: wer das Opfer war. Jean Seberg, die nie eine Hollywood-Göttin wurde.“¹⁰⁹

Man fragt sich, wie viel Schauspielkunst, Charisma und Elend im Privaten es noch bedarf, um den Status eines *Mythos* zugesprochen zu bekommen. Allerdings fehlen im Fall von Seberg die anhaltend großen Erfolge auf der Leinwand, das Feuerwerk der ersten Sensationen konnte sie nicht aufrecht erhalten, wenngleich sie ähnlich der Schneider in ihrem Spätwerk zahlreiche Rollen hatte, die sie als wandelbare und verletzte Person zeigten. Beide Schauspielerinnen waren in Frankreich anerkannt, aber im eigenen Land ungeliebt. Beide hatten viele Männer, tranken viel.

„Ihre Schlagzeilen vom Scheitern verkaufen sich gut. Ihr Trauma interessiert mehr als ihr Traum. Ihre Momente der Verzweiflung bringen die Sensation, nicht die ihrer Zufriedenheit. Ihre Leben hätten nicht in einer Tragödie geendet, wenn sie die Klatschpresse besser hätten kontrollieren können.“¹¹⁰

6.2 Die absichtliche Dekonstruktion eines Mythos am Beispiel von Fellinis „Casanova“ – ein seltener Gegenentwurf

Der *Mythos des ewigen Frauenhelden*, der unersättlich und unwiderstehlich ist und seine Liebe zu Frauen nicht nur auf eine einzige beschränken kann, wird landläufig am ehesten durch den unermüdlichen Verführer *Giacomo Casanova* verkörpert, dessen Memoiren diesen Rückschluss auch sehr absichtsvoll zulassen sollen.

„*Casanova* gehört zu den Gestalten der Weltgeschichte, die vollkommen hinter ihrem eigenen Mythos verschwunden sind. Mit den erotischen Abenteuern, die er in seinen Memoiren ausbreitet, hat er die Phantasie von Autoren und Regisseuren so nachhaltig beflügelt, dass man ihn im Nachhinein für eine fiktive Figur halten könnte. Sein Name ist zum Synonym eines Verführers und Eroberers geworden, bis heute gilt Casanova als Inkarnation des ungezügelten Mannes, der genau weiß, was die Frauen wollen.“¹¹¹

¹⁰⁹ Barbara Hartl in: DIE ZEIT: 21.09.1979. Nr.39

¹¹⁰Angela Schmitt-Gläser in: Cathrin Kahlweit: *Jahrhundertfrauen: Ikonen-Idole-Mythen*. Beck. München 1999. S. 190

¹¹¹ Christian Schröder in der Zeitschrift MERKUR. Verlag Klett-Cotta. August 2011

Fellinis Film aus dem Jahr 1976 führt die Hauptfigur *Casanova* durch die Art seiner Darstellung ad absurdum, indem er den Helden in immer seltsamere sexuelle Situationen und Handlungen abgleiten lässt, die zudem mehr und mehr mechanistisch und wenig leidenschaftlich geraten. War bis zu diesem Zeitpunkt die Figur *Casanova* ein unbestrittener und gerne zitierter *Mythos*, einzigartig bekannt für seine Weltläufigkeit, Galanterie und unzähligen Affären mit schönen Frauen, die allesamt seinen Verführungskünsten erlagen, wurde durch Fellini dieses Synonym für den Mann als perfekten Liebhaber zerstört.

Daher wurden auch alle zeitgenössischen Erwartungshaltungen an einen Film mit diesem Thema bis in die jetzige Zeit sichtlich und nachhaltig enttäuscht, der Film geriet zum finanziellen Desaster. Auszüge aus einigen Kritiken:

„*Casanova* erscheint als tragikomischer Held, der in einer hermetischen Masken- und Kulissenwelt zum *Opfer eines selbstauferlegten sexuellen Leistungsdrucks* wird. Zwischen Mitleid und Demaskierung schwankend, porträtiert Fellini am Beispiel einer Einzelfigur eine dekadente Gesellschaft, die, von der wirklichen Welt isoliert, ihre Angst vor dem Tod hinter artifiziellen ästhetischen Ritualen versteckt.“¹¹²

„ ... teils eine Reise ans Ende der Nacht, da Fellinis *Casanova Lüsternheit ohne Leidenschaft*, Akrobatik betreibt, ein trauriger Mensch ist. Bezeichnend ist der während der Akte angestellte vergoldete mechanisch kreisende Vogel, ein Metronom der Liebe.“¹¹³

„Unter anderem mit einem Oskar ... für das beste Kostümdesign sowie dem David di Donatello-Preis für die beste Filmmusik ... ausgezeichnet erwies sich Fellinis *Casanova* seinerzeit kommerziell als wenig erfolgreich. Allzu unwegsam und artifiziell gestaltet sich die Dramaturgie, die einen unverstandenen, gar verspotteten, selbstverliebten und im Grunde zutiefst einsamen *Casanova* fokussiert, der in einem lächerlichen Leibchen sexuelle Turnübungen absolviert, immer bereit, gleichwelcher Dame ausdauernd zu Diensten zu stehen. Dennoch entströmt diesem fiktiven Porträt die fesselnde Faszination der Demaskierung einer historischen Figur, deren Legende zu einem geflügelten Wort geworden ist. Ungefällig und mit verstörender Ambivalenz gelingt es Federico Fellini, innerhalb eines bildgewaltigen Szenarios einen kauzigen *Casanova* zu präsentieren, dessen philosophische Ambitionen und emotionale Sehnsüchte in einem Ozean der geradezu zwanghaften Gelüste versickern.“¹¹⁴

¹¹² Filmlexikon <http://www.zweitausendeins.de/filmlexikon/?sucheNach=titel&wert=24725>

¹¹³ <http://www.kino.de/kinofilm/fellinis-casanova/28284>

¹¹⁴ Marie Anderson in Kinozeit.de

„CASANOVA ist also keine pornographische Phantasie vom omnipotenten Liebhaber, sondern vielmehr ein melancholisches Dokument von langsamen Scheitern dieses Modells. Schon früh gewahrt man in dem mit Donald Sutherland ungewöhnlich besetzten Titelhelden eine lächerliche, tragische Figur, deren Altern wir über zweieinhalb Stunden mitverfolgen. Neben amüsante und lichtdurchflutete Episoden voller Schönheit (etwa die Henriette-Episode mit Tina Aumont) stellt Fellini düstere Szenarien von Dekadenz und Verfall. Die ausgestellte Künstlichkeit der Inszenierung ist dabei durchaus gewöhnungsbedürftig.“¹¹⁵

„Hier lebt er seine sexuellen Phantasien und Obsessionen aus, doch die dekadente Gesellschaft lässt ihn zum tragikomischen Helden werden: Zwischen Masken und Kulissen wird der Schürzenjäger Opfer seines selbst auferlegten sexuellen Leistungsdrucks ...“¹¹⁶

Es ist stellenweise natürlich spürbar, dass Fellini in seinen Absichten erkannt und von daher verstanden wurde. Auffällig allerdings ist, dass in der Kritik zu diesem Film der nachgewiesen und zweifelsfrei gebräuchliche *Mythos*-Begriff nicht verwendet, sondern nur indirekt umschrieben wird. Niemand schreibt etwa schlicht von der „Entweihung“ oder „Zerstörung“ eines *Mythos*. Diese „Sprachlosigkeit“ mutet seltsam an und lässt den Rückschluss zu, dass ein *Mythos* eben nicht negativ konnotiert sein kann und darf und dass seine Zerstörung nicht gern gesehen bzw. nicht akzeptiert wird – man sträubt sich.

¹¹⁵ Marcus Stiglegger im ikonemagazin.de

¹¹⁶ aus der Filmbeschreibung der SPIEGEL-Videothek

7. Die Sissi- Trilogie als politischer Mythos

Vordergründig sind die *Sissi*-Filme: *Sissi* (1955), *Sissi. Die junge Kaiserin* (1956) und *Sissi. Schicksalsjahre einer Kaiserin* (1957) mit aristokratischem Kitsch und Klischee überladen, also *Kitschfilme*, was allerdings in den 1950er Jahren der Nachkriegszeit die Zuschauer sehr zum Träumen verleitete und half, unterschiedlichste Sehnsüchte zu stillen. Eine genauere Auseinandersetzung mit den drei *Sissi*-Filmen lässt erkennen, dass sowohl der *Star Sissi* als auch das Filmgenre selbst zugleich die Merkmale für „Historienfilme, Ausstattungsfilm, Frauenfilm, Liebesfilm, Heimatfilm und Märchenfilm“¹¹⁷ enthielt.

Aus Baudrillard's Sichtweise ergibt sich allerdings, „dass Kitsch sich niemals seiner selbst bewusst sein kann und keinerlei kritische oder politische Dimension hat“.¹¹⁸

Von daher ist die o. g. 'despektierliche' Zuordnung zumindest zu relativieren und nachrangig zu werten. Zu erwähnen ist auch, dass die *Sissi*-Filme nicht nur im deutsch-österreichischen Raum von Erfolg gekrönt waren, sondern auch international sehr bekannt; die Filme wurden ins Ausland verkauft und somit war die „Strategie des ökonomisch erfolgreichen Massenprodukts“¹¹⁹ gelungen. Romy Schneider selbst äußerte sich später enerviert:

„Weil ich dieses Image so hasse. Was gebe ich den Menschen schon außer immer wieder Sissi? Ich bin doch längst nicht mehr Sissi, ich war das auch nie. Ich bin eine unglückliche Frau von 42 Jahren und heiße Romy Schneider.“¹²⁰

Soweit zum ersten Eindruck. Die Filmwissenschaftlerin Antje Ascheid interpretiert nun die Wirkungsmacht der *Sissi*-Filme in den 1950er Jahren wie folgt:

„Die *Sissi*-Filme bemühen sich gerade mit ihrer Brüchigkeit um ein „für jeden etwas“: Humor und Tragik, Landschaftsidylle und barocker Prunk, konservative Nostalgie und

¹¹⁷ Antje Ascheid: Warum Sissi? Das Mädchen und das Märchen als politischer Mythos. In: Harro Segeberg (Hg.), *Mediale Mobilmachung III. Das Kino der Bundesrepublik Deutschland als Kulturindustrie (1950-1962)*, München 2009. S. 178

¹¹⁸ ebd. S.189

¹¹⁹ ebd. S.178

¹²⁰ Interview im „Stern“ vom 23.04.1981 in: Renate Seidel: *Ich, Romy. Tagebuch eines Lebens*. Langen Müller Verlag. München 1988 S.348

progressiver Fortschrittsglaube, liberaler Humanismus und christliche Moral.“¹²¹

Und: „Romy, das Mädchen, und Sissi, das Märchen sind politische Mythen, insofern sie in unterschiedlicher Weise an Erlösungs- und idealisierte Herrschaftsmythen anknüpfen: Erneuerung durch die Jugend, Machtpolitik als Liebesbeziehung zwischen Volk und Herrscher, Volksnähe und Weiblichkeit als Vermittler zwischen Klassen und Völkern, Naivität und Unschuld als Gegenpol zu brutaler Machtpolitik (Unterdrückung Ungarns) und unmenschlicher Konvention (Trennung von Mutter und Kind). (...) finden sich exzessive Überladung und harmonisierende Wunscherfüllung in Wort und Bild.“¹²²

Damit werden die vordergründig schlichten Geschichten auf eine Ebene transponiert, die mit dem Zeitgeist und seinen alltäglichen Entbehrungen im Alltag korrespondiert. Die Kombination von Schönheit und Tragik übt eine besondere Anziehungskraft auf die in der Mehrheit weiblichen Verehrer von *Sissi* und der dazu gehörigen Schauspielerin aus. Gleich beide Frauen bieten Spielraum für Projektionen und für die Relativierung eigener erlittener Schicksalsschläge und damit spenden sie auch Trost.¹²³

Dieses *Kino-Surrogat* für ein unerfülltes Dasein und ein bescheidenes Leben musste auch deshalb unbedingt ein Erfolg werden, weil an anderer Stelle die Revolution um die Ecken lugte und Störungen en masse drohte: der *Rock´n Roll*, *Die Halbstarken* Horst Buchholz und Karin Baal, die *Sünderin* Hildegard Knef und einiges mehr. Da war es politisch opportun, einen *Mythos* zu fördern, der mithalf, die Ruhe im Land aufrecht zu erhalten.

„Die Inkorporation des christlichen Mythos macht die *Sissi*-Filme nicht nur besonders kitschig, sondern illustriert auch, mit welcher Ausnahmslosigkeit sich der *Sissi/Romy*-Mythos aller Klischees der Populärkultur bedient.“¹²⁴

„So lassen sich das Starbild Romy, *Sissi* als Figur sowie die *Sissi*-Filmerzählungen als *politische Mythen* lesen, die es höchst unterschiedlichen Zuschauergruppen erlauben,

¹²¹ Antje Ascheid: Warum Sissi? Das Mädchen und das Märchen als politischer Mythos. In: Harro Segeberg (Hg.), *Mediale Mobilmachung III. Das Kino der Bundesrepublik Deutschland als Kulturindustrie (1950-1962)*, München 2009. S. 198

¹²² ebd. S. 197

¹²³ Heute weiß man, dass die historische „Sisi“ egozentrisch, depressiv und über lange Jahre suizidgefährdet war, so Brigitte Hamann in: „Sisi – Mythos einer Märchenprinzessin“ (TV-Dok. 2008, gesendet auf Phönix am 20.02.2012).

¹²⁴ Antje Ascheid: Warum Sissi? Das Mädchen und das Märchen als politischer Mythos. In: Harro Segeberg (Hg.), *Mediale Mobilmachung III. Das Kino der Bundesrepublik Deutschland als Kulturindustrie (1950-1962)*, München 2009. S.197

die Filme positiv zu rezipieren“.¹²⁵

Damit hatten diese Filme eine Nische geöffnet, die es auch den jüngeren Zuschauern gestattete, Pause in der aufrührerischen Phase ihres Lebens zu machen und einen rückwärts gerichteten Blick auf alte Normen und Werte zu riskieren. Es gab einiges an kulturell gewachsenem Bestand zu sichten und für Deutschland als gut zu befinden, obwohl Romy Schneider Österreicherin war. Eine ähnliche Vereinnahmung passiert heutzutage mit dem Oscar-gekrönten Christoph Waltz, auch er ist Österreicher.

7.1 Romy Schneider – ein Mythos trotz Widrigkeiten

Marlene Dietrich und Romy Schneider trennt vom Alter her eine Generation und so unterschiedlich war auch die Art des Umgangs mit der Öffentlichkeit. Während die Dietrich sich wie selbstverständlich stets selbst stilisierte und inszenierte, auch alles kontrollierte, was für die Presse bestimmt war, nahm Romy Schneider z.B. keinen Einfluss auf Qualität und Art der Fotos, die in Magazinen erschienen.

Sie war der Ansicht, sie könne Privates vom Beruf trennen und habe ein Anrecht auf eine eigene Sphäre, die niemanden zu interessieren hätte; sie wollte eine gute Mutter sein, sich im Beruf verwirklichen und ein normales Leben führen. „Verdammt noch mal, mein Privatleben gehört mir allein.“¹²⁶ „Ich wehre mich gegen Indiskretion. Mein Privatleben möchte ich so weit wie möglich abschirmen.“¹²⁷ „Eine Schauspielerin sollte nur nach ihren Rollen beurteilt werden. Über meine private Hausschwelle lasse ich keinen Fotografen mehr.“¹²⁸

Im Rahmen der Ausstellung *Mythos Romy Schneider – Ich verleihe mich zum Träumen* (Dez. 1999 bis März 2000 in Speyer) erschien ein Katalogbuch¹²⁹, das in der Einleitung ein Interview mit Robert Amos, dem Ausstellungsmacher enthält. Er hat, um emphatische Berührungspunkte mit Schneider physisch werden zu lassen,

¹²⁵ ebd. S.178

¹²⁶ Romy Schneider 1962, zu finden auf <http://www.romy.de/html/zitate.html>

¹²⁷ Romy Schneider 1974

¹²⁸ Romy Schneider 1979

¹²⁹ Robert Amos: *Mythos Romy Schneider- Ich verleihe mich zum Träumen*. Marion von Schröder Verlag

einen dunklen Raum errichtet, in welchem den Besucher ein Blitzlichtgewitter empfängt und er den Schrei von Schneider hört: „Nicht fotografieren!“. Amos Kommentar dazu: „Er wird sich emotional von dem Menschen berühren lassen, der Romy Schneider heißt, und erahnen, was solche faustischen Kontrakte Leib und Seele antun.“¹³⁰

Gemeint ist das Verhältnis *Star* – Presse zu Lebzeiten, andererseits hält jene Presse auch heute noch die kollektive Erinnerung präsent. Amos klagt trotzdem, dass sich erfundene Geschichten besser verkaufen ließen als die Wahrheit, im Zweifel würde behauptet, der Verbraucher wünsche es so. Er sieht auch einen Zusammenhang zwischen der Blüte der so genannten *Regenbogenpresse* und einer Romy Schneider auf dem Höhepunkt ihrer Karriere: „Romy Schneider ist naiv in diese Pressefalle getappt, wurde emporgehoben und dann zerrissen. (...) Angenagelt an das Kreuz der Titelseiten umarmt sie die Medien.“¹³¹

Warum Romy Schneider dennoch zum *Mythos* werden konnte, erklärt Amos so:

„Ein Mythos entsteht immer vor einem zeitgeschichtlichen Hintergrund und ist bedingt durch diesen. Die Frauen, die gegen Ende des Millenniums zum Mythos wurden, Marilyn Monroe, Romy Schneider und Lady Di, haben zeittypische Gemeinsamkeiten. Sie sind jung gestorben. Ihr Leben spielt sich hilflos naiv in der Öffentlichkeit ab und sie haben nie die richtigen Lebenspartner gefunden. Sie waren nicht in der Lage, ihre Publicity und ihr öffentlich gewordenes Privatleben professionell zu inszenieren, sondern haben darunter gelitten, dass sie von den Medien instrumentalisiert wurden. All das macht sie zu identifikationsfähigen Figuren.“¹³²

In dieser unsinnlichen Leistungsgesellschaft würden Gefühle solange unterdrückt, bis der Platzdruck zu groß werde; die Folge davon sei das Anhängen an Ruhm und Luxus, stellvertretend durch Schauspielerinnen repräsentiert, an die man aber nie heranreiche. Erst in dem Leid, welches auch diese *Stars* erfahren müssten, könne man Trost finden, ergänzt durch die Hoffnung, man sei eigentlich „so wie sie“.

Dies ist sicherlich eine ganz andere Facette des *Mythos* und widerspricht vordergründig der zuvor deklarierten Art, sich rar machen zu müssen, um diesen Status zu erreichen. Allerdings galt dies eben nur für Menschen, die ein hohes Alter

¹³⁰ ebd. S. 6

¹³¹ ebd. S. 10

¹³² ebd. S. 7

erreicht hatten und sich somit wie Marlene Dietrich der Mühsal unterwerfen mussten, ein abgeschottetes Dasein zu führen. Romy Schneider hat dergleichen abgelehnt und damit deutlich mehr Reibungsfläche angeboten, sowohl für die Presse als auch für ihre Bewunderer. Als sie relativ jung starb, war die Erhöhung ihrer Person statthaft, weil sie es eben nicht geschafft hatte, ihre Ziele durchzusetzen. Und die zuvor (S. 47) erwähnte Sicht von Graydon Carter greift in diesem Fall nicht, da das Scheitern der Person mit dem tragischen Tod endet.

Diese Projektion auf Idole stillt den Hunger nach Glück, Liebe und Erfolg übrigens ungeachtet der Gesellschaftsschicht und der Altersklasse.

Schneiders Abkehr von den so beliebten *Sissi*-Filmen - den angebotenen vierten Teil schlug sie trotz hoher Gage aus - enttäuschte eine ganze Generation von Kinobesuchern nachhaltig, ihre Emigration nach Paris sorgte bei den Fans für Verbitterung, man sah es gar als nationale Katastrophe an, da sie zum „Erzfeind übergelaufen“ war. Von den Franzosen wurde sie abgöttisch geliebt, allerdings als Französin. Aber sie verwandelte sich vom Teenager in eine sinnliche Filmschönheit und spielte u.a. in Hollywood unter der Regie von Orson Welles die *Leni* in *Prozeß*. Sie erfüllte viele Idealvorstellungen der Zeit, u.a. die der modernen, selbstständigen, politisch denkenden Frau, weshalb sie von der deutschen Frauenbewegung als Symbolfigur vereinnahmt wurde.

Wie auch Jean Seberg ist sie letztlich daran zerbrochen, dass die Medien ohne Rücksichtnahme jedes Ereignis ihres Lebens mit Details und begleitenden Psychologisierungen ausgeschlachtet haben und die jeweils entsprechende Fotodokumentation dazu lieferten.

„So entsteht die psychologische Schablone von der verlorenen, liebeshungrigen Frau, die über jede Nachricht gestülpt werden kann: ein Mädchen, das in die Welt zieht, um ihr Glück zu machen, zu blind, um rechtzeitig zu sehen, dass das Glück vor der eigenen Haustüre liegt.“¹³³

Die Medien nahmen an allem Anteil: ihre Trennung von Alain Delon, die Heirat mit

¹³³Angela Schmitt-Gläser in: Cathrin Kahlweit: *Jahrhundertfrauen: Ikonen-Idole-Mythen*. Beck. München 1999. S. 184

Harry Meyen, die Geburt ihres Sohns David, Ihre Scheidung von Meyen, dessen Selbstmord vier Jahre später, ihre Ehe mit Daniel Biasini, die Geburt von Tochter Sarah – nichts blieb im Verborgenen, sogar als ihr Sohn durch einen Unfall starb, war die Presse wie immer hautnah am Thema. Sie selbst sagte dazu:

„Ruhm hat seinen Preis. Ich zahle, womit alle zahlen müssen: dass man keine Ruhe mehr hat. Daß man auf alles achten muß, was man sagt. Was man tut. Ich achte eben nicht oft genug darauf. Im Leben bin ich eine ziemlich schlechte Schauspielerin.“¹³⁴

Ich denke, dass dieser spezielle *Mythos Romy Schneider* indifferent ist, zumindest im Vergleich zu den wohl vorbereiteten und geplanten Kampagnen, die man bis dato kannte. Er passt so gar nicht in das Raster, welches immer und absolut auf das Image ausgerichtet war und bestimmte Steigerungsformen des öffentlichen Auftritts vorsah. Die Sparsamkeit an Information gegenüber der Presse war trotz ausdrücklicher Absicht so gut wie nicht vorhanden, es konnte nicht noch viel mehr als diese Eindeutigkeit an Person und Schauspielerin Romy Schneider geben. Sie selbst drückte es so aus: „Ich mag das Wort Star nicht, ich will nur gut arbeiten können.“¹³⁵

Dieses sehr sachliche Zitat bewirkte es dennoch nicht, einen *Mythos* zu verhindern, denn es

„... wird der Mythos aus Projektionen menschlicher Leidenschaften geprägt. Spannend dabei ist die Beobachtung, dass unsere aktuellen Gesellschaftssysteme eine immens große Palette an Lebens- und Gefühlsdefiziten erzeugen. Der moderne Mythos baut sich deshalb nicht aus ausgelebten, sondern aus unausgelebten Leidenschaften auf. Die Zwänge waren noch nie so groß, und die Ängste und Hoffnungslosigkeit finden Ausdruck in der Hingabe an klischeehafte Konsumwelten.“¹³⁶

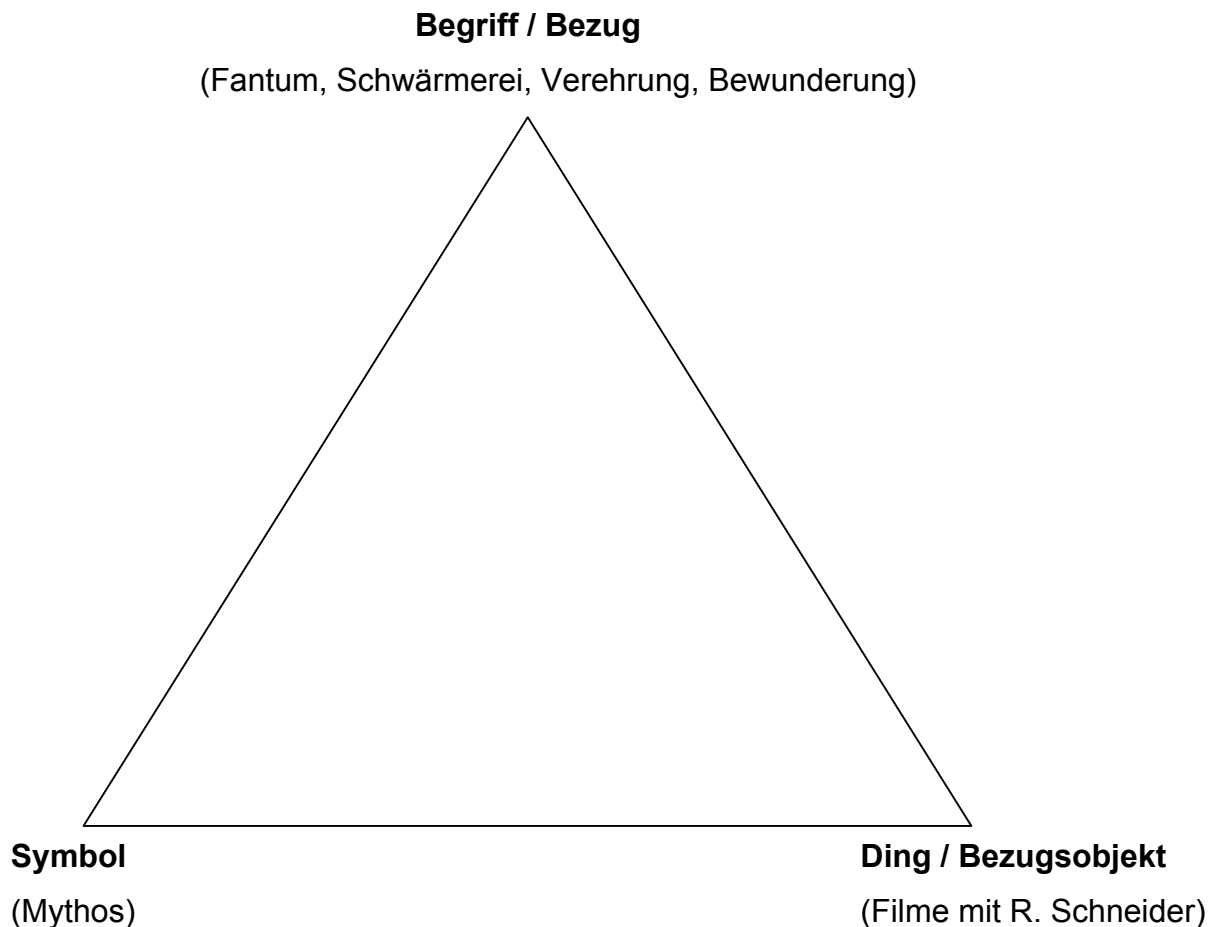
Der *Mythos* heutiger Tage lebt also von Klischees und Kitsch, eigentlich wäre dringend Aufklärung notwendig; zerstört man aber das Klischee, zerstört man auch den *Mythos*.

¹³⁴ Romy Schneider 1977, zu finden auf <http://www.romy.de/html/zitate.html>

¹³⁵ Romy Schneider 1980

¹³⁶ Robert Amos: *Mythos Romy Schneider - Ich verleihe mich zum Träumen*. Marion von Schröder Verlag. S.10

7.1 Das semiotische Dreieck und die Vermarktung des Mythos R. Schneider



Der *Mythos* (das *Symbol* = „was man dazu sagt“) nimmt den Umweg über den *Begriff* (= „was man meint“), um zum eigentlichen *Ding* (= „was Sache ist“) zu gelangen.

Die direkte Verbindung des *Symbols* zum *Ding* würde nicht funktionieren, weil es in diesem Falle nur um die Verkörperung einer Schauspielerin in einer Rolle ginge, in einem Film mit einer bestimmten Geschichte. Erst der Subtext der Geschichte und der Filmfigur in Kombination mit dem Leben der Schauspielerin bietet die Projektionsfläche, um den *Mythos* wahr werden zu lassen. Anders: Ließe man die Möglichkeit außer acht, trotz aller Fakten etwas „meinen“ zu können, wäre die pure, messbare Realität der Hemmschuh für Phantasien.

Damit wird auch deutlich, dass dieser *Mythos* ein in sich geschlossener Kreis ist, der keine Störung von außerhalb verträgt, hier ist die Gemeinde in ihrem eigenen Kosmos unter sich und wird von außerhalb nur noch durch mediale Befeuerng – Bildbände, DVD-Boxen, Biographien – unterstützt, ansonsten genügt man sich

selbst. So hat das Ganze den Charakter einer zwar sehr großen, aber doch „geschlossenen“ Veranstaltung erreicht, deren Zutritt nur der erlangt, der sich ebenso unreflektiert und „mit ganzem Herzen“ der Bewunderung hingibt.

Es nimmt wenig Wunder, dass sich ganze Industriezweige der Unterstützung ähnlicher Gemeinschaftsprojekte widmen. Nicht nur durch Premieren immer neuer Filme im Kino werden *Filmstars* in aller Welt bekannt gemacht, sondern auch durch den größeren Teil der Medienindustrie: Rundfunk, Fernsehen und Presse. Die Medien verfolgen *Stars* auf Schritt und Tritt, veröffentlichen jede Einzelheit aus ihrem Privatleben, besonders ihre Liebesaffären.¹³⁷

Da Romy Schneider schon längst keine private Person mehr war, sondern als *Star* ein beliebtes Objekt der Presse, erfuhr sie natürlich eine Einmischung der Öffentlichkeit in ihre Probleme.¹³⁸ Das Leben Romy Schneiders wurde von einem frühen Tod beendet und dadurch zu einem *Mythos* – nach Roland Barthes ein „für die Aneignung durch die Gesellschaft offener Zustand“.

Was hinterlässt uns eine Schauspielerin wie Romy Schneider, die heute und wahrscheinlich auch in ferner Zukunft ein *Mythos* sein wird? Wie wird die Fangemeinde bedient, um ein Verblässen der Erinnerung zu verhindern?

„Zunächst und vor allem sind da ihre Filme, in denen sie weiterlebt. Es sind Filme, die für sich stehen – und für sie. Zu jedem halbwegs runden Jahrestag ihres Geburtstages im September und ihres Todestages im Mai erscheinen immer wieder Neuauflagen diverser Bild- und Fotobände, wird sie in den großen Tageszeitungen und Zeitschriften abermals kritisch beleuchtet oder polemisch verzerrt, werden einige ihrer Filme im Fernsehen in Romy-Schneider-Reihen gezeigt und werden diese Filme in stets immer wieder aufs Neue variierten DVD-Editionen auf den Markt gebracht – allein von der Sissi-Trilogie gibt es diverse Ausgaben, von der einfachen bis hin zur „Edel-de-Luxe“-Variante im königlich roten Kunstsamtschuber.“¹³⁹

In dieser Fülle liegt aber auch die Gefahr der Beliebigkeit bzw. der Vermischung von Fakten und Mutmaßungen. Kurz vor dem 70. Geburtstag von Romy Schneider

¹³⁷Steenfatt, Margret: *Eine gemachte Frau. Die Lebensgeschichte der Romy Schneider*. Verlag Michael Kellner. Hamburg 1986. S.94

¹³⁸ebd. S.72

¹³⁹Wydra, Thilo: *Romy Schneider. Leben Werk Wirkung*. Suhrkamp Verlag. Frankfurt a. M. 2008. S.133

schrieb Regula Freuler unter dem Titel „Am Mythos weiterbasteln“¹⁴⁰, dass sie als Grund für die *Mythenbildung* die „nicht unproblematische Quellenlage“ sehe, es gebe keine Memoiren von Schneider. Teile der Hinterlassenschaft wie z.B. Briefe seien zwar posthum publiziert, aber jeder habe eben ein anderes Bild von Romy und so würden diese Quellen auch unterschiedlich gedeutet und genutzt. Unzählige kleine Details ihres Lebens seien in der Summe eben der undurchschaubare *Mythos* und die Verwendung von Interviews oder Zitaten fiele bei den Autoren in der Qualität unterschiedlich aus. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Artikels zählte die Autorin nicht weniger als sieben deutschsprachige Neuerscheinungen zum Thema und kritisierte u.a. den Autor Jürgen Trimborn¹⁴¹, der eine „emphatische Verehrerhaltung“ einnehme, bisweilen „dramatisch formuliere“ („Es sieht ernst aus, verdammt ernst“, gemeint ist die Not-OP beim Sohn David) und außerdem lasse er „kein erotisches Detail, selbst die unglaublichsten Gerüchte“ aus.

Diese Kritik zeigt meiner Meinung nach sehr deutlich, dass es in Bezug auf den *Mythos Romy Schneider* immer schwieriger wird, ihn dauerhaft zu erhalten, denn Neues aus ihrem Leben gibt es nicht mehr herauszufinden und die altbekannten Dinge neu interpretieren zu wollen, führt in eine Sackgasse und gerät teilweise eher lächerlich, zumindest häufig nur effekthascherisch. Zudem steht der *Mythos* einer „Erforschung“ diametral entgegen und jeder investigative Versuch einer „Aufklärung“ von Dingen oder Sachverhalten ist letztlich ein Teil der Zerstörung des *Mythos*.

Die posthume Vermarktung ist integraler Bestandteil des *Mythos*, fiele sie weg, wäre es ungleich schwieriger, das Gedächtnis aufrecht zu erhalten. So darf sich die Fangemeinde relativ entspannt geben und ist nicht gezwungen, selbst in größerem Umfang aktiv werden zu müssen, man bedient sich des Internets:

„Die Fans und Liebhaber der Schauspielerin pflegen die Erinnerung an ihr Idol mittels verschiedenster virtueller Gedenkbücher und Archiv-Seiten im Internet, von der offiziellen Romy-Archiv-Website bis hin zum privaten Gedenkbuch ist im weltweiten Netz alles vertreten“¹⁴²

Die an Profit orientierte Industrie ist erfindungsreich genug, um auch teilweise

¹⁴⁰ Regula Freuler in: NZZ Online vom 7.9.2008

¹⁴¹ Jürgen Trimborn: *Romy und ihre Familie*. Droemer/Knaur. München 2008

¹⁴² Thilo Wydra: *Romy Schneider. Leben Werk Wirkung*. Suhrkamp Verlag. Frank. a. M. 2008. S.133

merkwürdigen Erinnerungsstützen einen Platz zu verschaffen.

„Romy Schneider, das ist auch heute noch ein scheinbar unerschöpflicher medialer Marktwert mit einer nicht enden wollenden Verwertungskette. Es wird ihrer heute auf denkbar mannigfaltige Weise gedacht, auch losgelöst von ihrer unmittelbaren Person, von ihrem Werk. So wird etwa der „Prix Romy Schneider“ seit 1984 alljährlich in Paris verliehen, eine Auszeichnung für Nachwuchsdarstellerinnen, unter deren Preisträgerinnen sich französische Schauspielerinnen wie etwa Juliette Binoche, Sandrine Kiberlain oder Cécile de France befinden.

Im Jahr 2000 wurde eine Briefmarke für die Wohlfahrtspflege mit ihrem Konterfei entworfen; auf ihren Namen lautet ein täglich fahrender InterCity zwischen Wien und Villach; ihr Vorname ziert die Kokoschokolade eines deutschen Süßwarenherstellers; und in einem Münchner Szenecafé ist gar ein Kuchen nach ihr benannt.“¹⁴³

Es bleibt bei aller Abschweifung in das Nebensächliche und in den Konsum bedenklicher bis geschmackloser Devotionalien ein Fakt, dass Romy Schneider durch ihren „Auftritt“ als Schauspielerin und als Mensch in ihrem kurzen Leben eine Spur hinterlassen hat, die viele zur Nacheiferung animiert – einst wie jetzt.

¹⁴³ ebd. S. 133

8. Mythos heute am Beispiel Whitney Houston

Die amerikanische Sängerin und Schauspielerinnen Whitney Houston (ihr bekanntester Film war *Bodyguard* von 1992) starb im Februar 2012 im Alter von 48 Jahren, die Art ihres Todes weist Parallelen zum Ableben anderer *Stars* auf, so z.B. auch zu dem von Marilyn Monroe. Auffällig ist beim Vergleich der um Jahrzehnte auseinander liegenden Ereignisse die Art und Weise der medialen Aufarbeitung dieser Nachricht. 1962 gaben die Nachrichtenagenturen weltweit dürre Mitteilungen an die Öffentlichkeit, bestehend aus wenigen Zeilen, die die wesentlichen Fakten auflisteten; zu Monroes Beerdigung erschienen kaum mehr als 30 Angehörige und Freunde.

In seinem Artikel „Erst durch den Tod wird Houston zum Mythos“¹⁴⁴ stellt Uwe Schmitt fest: „Götterliebliche, meinte man damals, sterben jung und sinnlos.“¹⁴⁵

60 Jahre später bietet sich ein grotesk anderes Bild. Bereits zwei Stunden nach dem Bekanntwerden von Houstons Tod hatten 2,5 Millionen Menschen über das soziale Netzwerk *Twitter* ihrer Trauer Ausdruck verliehen, in Moskau legten Fans vor der US-Botschaft Blumen nieder, die Meldungen der Nachrichtenagenturen waren weltweit genauso lang und detailliert wie in New York und Los Angeles und es dauerte nur kurz, bis Fotos um die Welt gingen. Jeder, der in der Nähe des Hotels war und eine Handykamera benutzen konnte, wurde umgehend zum Übermittler dieser Nachricht, und sei es nur im privaten Kreis. Schmitt bringt es auf den Punkt:

„Stars leben einsamer und sterben öffentlicher als je zuvor.“¹⁴⁶

Rund eine Woche später hatten sich die aktuellen Verkaufszahlen von Houstons CDs um sagenhafte 6000 Prozent gesteigert. „... ist Whitney Houston tot offenbar wertvoller und jenseits irdischer Schwächen verlässlicher als lebend“¹⁴⁷, schlussfolgert Schmitt. Whitney Houston hatte zuvor, um ihrer schwindenden Popularität beim Publikum wegen der immer schwächer werdenden Stimmkraft als Sängerin etwas entgegenzusetzen, einer so genannten *Realityshow* (und damit einer übersteigerten so genannten *Home Story*) zugestimmt und den Fans einen mehr als

¹⁴⁴ Uwe Schmitt am 18.02.2012 in welt.de

¹⁴⁵ ebd.

¹⁴⁶ ebd.

¹⁴⁷ ebd.

großen Einblick in ihr privates Leben gewährt. Nachdem die Presse ihre lädierte Ehe und ihren Drogenkonsum schon hinreichend dokumentiert hatte, breitete sie sich nun selbst vor der Kamera aus und bestätigte dabei jedes zuvor kolportierte Gerücht über ihr desolates Dasein; sie leitete damit nur einen weiteren Tiefpunkt in ihrer Karriere ein.

„Wenn man jemand ist, gehört man jedem“¹⁴⁸, so wird in diesem Artikel die Kolumnistin Kathleen Parker zu Houstons Tod zitiert. Im direkten Vergleich zu Marlene Dietrich stellt sich hier ein völlig gegenteiliger Entwurf im Umgang eines *Stars* mit den Medien und Fans dar, es gibt so gut wie keine Distanz und selbst intime Dinge des Lebens sind öffentlich gemacht und für den Konsum bestimmt.

„Als müssten die Talentiertesten und am besten Bezahlten die besten Vorbilder für die Gesellschaft abgeben.“¹⁴⁹ Damit hat Schmitt natürlich recht, insofern man immer schon feststellen konnte, dass das Leben eines *Stars* kaum der von ihm verkörperten Rolle entspricht. Das Dilemma scheint zu sein, dass sich in der Gesellschaft sonst niemand für eine Vorbildfunktion anbietet, weder Politiker noch Wissenschaftler; die künstlerische Abteilung bietet ungleich mehr *Glamour* und Abwechslung und folgt zudem stets den kurzlebigen Moden der Zeit.

Obwohl die Trauerfeier für den toten *Star* nicht wie zuerst geplant in einem Footballstadion stattfand, sondern im engen Kreis von Verwandten und Freunden, kamen immerhin 1.500 Menschen, um ihre Trauer zu bekunden.

„Amerikaner trauern nicht richtig“¹⁵⁰, so wird an anderer Stelle der Journalist Ted Rall zitiert „wir sind geschmacklos. Wir erniedrigen Tragödien zu Kitsch.“¹⁵¹ Dies scheint in Ermangelung anderer großer identitätsstiftender Ereignisse ein notwendiger Vorgang zu sein, die Sehnsucht der Menschen nach Verehrung einer Person scheint zu groß.

„Was von ihm“¹⁵² erwartet wird, ist ein sofortiger Effekt.“¹⁵³

¹⁴⁸ ebd.

¹⁴⁹ ebd.

¹⁵⁰ ebd.

¹⁵¹ ebd.

¹⁵² gemeint ist der *Mythos*

¹⁵³ Roland Barthes: *Mythen des Alltags*. Suhrkamp Verlag. Berlin 2010. S. 279

Die Zukunft wird zeigen, ob sich der annoncierte *Mythos Whitney Houston* bestätigt, aber mit dem frühen Zeitpunkt und der Art und Weise ihres Todes ist zumindest eine Grundvoraussetzung dafür geschaffen, wie man von anderen Beispielen weiß. Der Rest der Arbeit muss nun von den Fans und den Medien geleistet werden – damit begonnen hat man längst. Am 21. Februar fand in Los Angeles schon eine erste Versteigerung ihrer Filmgarderobe statt, 9 Tage nach ihrem Tod.

9. Resümee

Ein *Mythos* war in alten Zeiten ein *Gott* oder ein *Held* in Menschengestalt, an ihm war nicht zu rütteln, er wurde nicht in Frage gestellt. Und doch waren die Menschen stets daran interessiert, zumindest neue *Mythen* hinzuzufügen, sie quasi dem jeweiligen Zeitgeist anzupassen.

In Bezug auf das Konstrukt *Film* ist die Kreation *Mythos* bildhaft gesprochen ein sensibles Gewächs, es bedarf der permanenten Zuwendung und Pflege.

Die idealen Bedingungen dafür bot zweifelsohne das US-amerikanische Studiosystem, welches eine/n Darsteller/in vertraglich für Jahre an den Arbeitgeber band und durch die Auswahl von immer ähnlichen Rollen – dies eine feste Vorgabe an die Drehbuchautoren – zu einem einheitlichen, stets nachvollziehbaren Image formte.

Um einen *Mythos* zu erschaffen, bedurfte es aber auch einer minutiösen Vorbereitung, einer konstanten PR-Begleitung und vor allem der Einhaltung der von dieser Instanz vorgegebenen Regeln auch und gerade im Privatleben gegenüber einer omnipräsenten Presse. Eine Abweichung von der Geradlinigkeit des erschaffenen Charakters weicht unmittelbar auch den *Mythos* auf, er hat nur in Gänze Bestand, wenn das vorgegebene Bild in der Öffentlichkeit stimmig bleibt.

Ist ein solches Image nicht minutiös und präzise durchdacht, schwebt es zu häufig in der Gefahr, durch Nachlässigkeiten im öffentlichen Auftritt erschüttert zu werden, gerät das gesamte Unterfangen leicht ins Wanken.

Hinzu kommt eine stets zu wahrende Distanz des *Mythos* zu seinen Bewunderern und Anbetern, der/die Darsteller/in darf es Fans keinesfalls gestatten, den Hauch des *Göttlichen* zu durchbrechen und auf einen menschlichen Kern zu stoßen. Geheimnisse im Leben des *Mythos* und die daraus resultierenden zahlreichen Vermutungen der Öffentlichkeit sind wesentlicher Bestandteil, um sich deutlich abzuheben von den normalen (nicht populären) Menschen mit all ihren profanen Sorgen und Nöten.

Ist die Genese eines *Mythos* eine zumindest langwierige Angelegenheit, bleibt für dessen Erhalt und Fortbestand die Kolportation und Wahrung eines oder mehrerer Geheimnisse eine wesentliche Grundlage; je mehr Nebel einen klaren Blick verhindert, je mehr Menschen sich in die Interpretation von Ungesagtem und Vermutetem einmischen, desto größer ist die Chance, dass ein Geheimnis

undurchdringbar wird.

Hingegen bleiben private Tragödien zu Lebzeiten eines *Mythos* ein wesentliches sichtbares Element, wenn nicht gar diese Tragödien selbst (siehe Romy Schneider) erst der Initialgeber für die Entstehung des *Mythos* sind.

Im logischen Umkehrschluss kann kein *Mythos* entstehen, wenn die verkörperten Rollen diversifizieren, wenn keine PR-Instanz involviert ist, wenn Autogrammstunden eine notwendige Distanz verwischen, wenn das Privatleben öffentlich zur Schau gestellt wird und wenn private Tragödien als das wahrgenommen werden, was sie sind – menschlich, nachvollziehbar und ebenso andernorts allgemein gültig für jedes einzelne Menschenschicksal in seinem individuellen Schmerz.

Hinzu kommen die starken Konkurrenten um die Aufmerksamkeit der Zuschauer: das Fernsehen als Massenmedium (seit 1951 in den USA und seit 1960 in Deutschland) und das Internet weltweit seit 1993. Es fällt immer schwerer, seine Konzentration zu bündeln und auf eine Person zu richten, sei sie auch noch so herausragend. Sie bleibt in der Masse des Angebots trotzdem zu klein.

Taugen *Mythen* als Vorbilder und wenn ja, worin begründet sich der Vorbildcharakter?

Nimmt man die vielfach zitierten *Mythen* der Filmwelt und stellt sie auf den Prüfstand der Tauglichkeit für Generationen von Fans, kommt man nicht unbedingt zu dem Schluss, dass es sich um nachahmenswerte Lebensläufe gehandelt hat.

Die Verkörperung von Rollen, die mit leuchtendem Beispiel vorangehen, sind in ihren Idealtypisierungen zu weit von der Realität entfernt, um geeignet für Nachahmungen zu sein. Die parallel stattfindenden Privatleben hatten, insofern sie gesteuert waren (s.o.), zu wenig Reibungsfläche für die normalen Kinokonsumenten und Illustrierten-Leser, als dass sie in einen Alltag transponierbar gewesen wären, sie sollten es ja auch nicht sein.

Nimmt man nun Romy Schneider, ihre *Sissi-Rolle* und die Emanzipation davon, bleibt erst einmal eine Flucht nach Frankreich, ein Entfernen von den Fans und damit einhergehend der Verlust ihrer Beliebtheit in Deutschland – sie wird beschimpft. Ihre Rollen in Frankreich zeigen eine ungleich andere Romy, eine erwachsene, ambitionierte Frau und Schauspielerin mit einem Privatleben als Ehefrau und Mutter. Erst der tragische Tod des Sohnes und später ihr eigener brachte die Schneider auf die Spur in den Olymp der *Mythen*. Und auch hier bleibt festzustellen: die Presse als PR-Maschinerie hat diese Entwicklung betrieben, nach der Dietrich war es einfach wieder Zeit für einen deutschen *Mythos*!

Auf der Sprachebene verschiebt sich die einstmalig klare Bedeutung des Begriffs *Mythos* zu einer großen Palette von Anwendungsmöglichkeiten, wobei in der Analyse jeder falschen Verwendung ein Begriff zugeordnet werden kann, der Klarheit über das Gesagte verschafft.

Sollte es noch eines weiteren Beweises bedürfen, wie weit der Begriff *Mythos* mittlerweile entwertet wurde, zitiere ich an dieser Stelle gerne Volker Schlöndorff, der in einem Interview¹⁵⁴ über seine Tätigkeit als seinerzeit (1992) frisch installierter Geschäftsführer der Studio Babelsberg AG und seine damals vornehmliche Aufgabe, den französischen Investor *Vivendi* von dessen Geldanlage zu überzeugen, sagte: „Der Banker, der mit mir war, dem ich vorher den ganzen *Mythos* verkauft hatte, der sah dann die Wirklichkeit und hat dann gesagt, na ja, Kalifornien ist es nicht.“¹⁵⁵ *Mythos* als Ware, als kommerzieller Gegenstand im Austausch gegen Geld und als exakt zu beziffernder Gegenwert ist das aktuelle Verständnis – nicht nur, aber immer häufiger. Wobei im vorgenannten Beispiel das Investment trotz des zitierten und beschworenen *Mythos* zumindest 'auf der Kippe' stand.

Devotionalien wie z.B. eine von Marilyn Monroe unterschriebene Postkarte wurden von einem Fan für 5.600 \$ ersteigert¹⁵⁶ oder das Pillenglas, welches nach ihrem Tod neben dem Bett gefunden wurde für 13.000 € erworben¹⁵⁷. Diese absurd hohen Preise sollen natürlich der Tatsache Ausdruck verleihen, wie groß die Verehrung der Fans ist und wie groß die verehrte Person war. Elizabeth Taylors Juwelen wurden bei einer Christie's-Auktion in New York versteigert und ein Fan zahlte 8 Millionen Euro für ein Diamantenhalsband mit einer Perle und übertraf dabei den Schätzwert von 2 bis 3 Millionen Dollar um ein Mehrfaches.¹⁵⁸

Eine stille und stumme Verehrung ist nicht mehr zeitgemäß und der *Mythos* muss weiterleben – koste es, was es wolle.

¹⁵⁴ „Unser Hollywood“, TV-Dok. 2011, ARTE am 01.02.2011

¹⁵⁵ ebd.

¹⁵⁶ in der FAZ vom 31.07.2002

¹⁵⁷ Timm Leibfried, Die teuerste Lederjacke der Welt, in der n-tv [telebörse.de](http://www.n-tv.de/wirtschaft/Die-teuerste-Lederjacke-der-Welt-article3527321.html) vom 08.06.2011

¹⁵⁸ dpa „Liz Taylors Diamanten bringen viel Kohle“ in der Stuttgarter Zeitung vom 14.12.2001, <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.auktion-liz-taylors-diamanten-bringen-viel-kohle.4bea74ff-8a39-4158-9cef-7d16c84cb347.html>

Literaturverzeichnis

Amos, Robert: *Mythos Romy Schneider – Ich verleihe mich zum Träumen*. Marion von Schröder Verlag. 2000

Biasini, Daniel: *Meine Romy*. Langen Müller. München 1998

Botti, Giancarlo: *Romy – C'est la vie*. Schirmer/Mosel. München 1992

Barthes, Roland: *Mythen des Alltags*. Suhrkamp Verlag. Berlin 2010

Bellingham, David: *Die Griechen. Kultur und Mythen*. Taschen. Köln 2008

Cotterell, Arthur: *Die Welt der Mythen und Legenden*. Droemer Knauer Verlag. München 1990

Campbell, Joseph: *Die Kraft der Mythen*. Albatros. Düsseldorf 2007

Campbell, Joseph: *Der Heros in tausend Gestalten*. Insel Taschenbuch. Frankfurt am Main 1999

Fink, Gerhard: *Who's who in der antiken Mythologie*. Deutscher Taschenbuch Verlag. München 1993

Graf, Fritz: *Griechische Mythologie. Eine Einführung*. Artemis & Winkler Verlag. Düsseldorf/ Zürich 1997

Helferich, Christoph: *Geschichte der Philosophie. Von den Anfängen bis zur Gegenwart und Östliches Denken*. Deutscher Taschenbuch Verlag. München 1999

Hiltunen, Ari: *Aristoteles in Hollywood. Das neue Standardwerk der Dramaturgie*. Bastei Lübbe Verlag. Bergisch Gladbach 2001

Kahlweit, Cathrin: *Jahrhundertfrauen – Ikonen, Idole, Mythen*. Beck. München 2001

Kemfert, Beate: *Fotografische Porträts von Romy Schneider. Die Erinnerung ist oft das Schönste*. Hatje/Cantz. Rüsselsheim 2008

Kreimeier, Klaus: *Die UFA-Story. Geschichte eines Filmkonzerns*. Carl Hanser Verlag. München 1992

Krenn, Günther: *Romy Schneider. Die Biographie*. Aufbau Verlagsgruppe. Berlin 2008

Merkle, Ludwig: *Sissi. Die schöne Kaiserin*. Bruckmann. München 1998

Münkler, Herfried: *Die Deutschen und ihre Mythen*. Rowolt Taschenbuch Verlag. Reinbek bei Hamburg 2010

Rainer, Alexandra: *Hollywoods märchenhaftes Frauenbild: der Einfluß von Märchen und Mythen auf das Frauenbild im Hollywoodfilm der 80er und 90er Jahre*. Peter Lang. Frankfurt am Main 1997

Ranke-Graves, Robert von: *Griechische Mythologie. Quellen und Deutung*. Rowohl Taschenbuch Verlag. Reinbek bei Hamburg 1984

Sannwald, Daniela/ Mänz, Peter: *Romy Schneider. Wien-Berlin-Paris*. Henschel Verlag. Berlin 2009

Schröder, Nicolaus: *Filmindustrie*. Rowohl Taschenbuch Verlag. Reinbek bei Hamburg 1995

Schwarzer, Alice: *Romy Schneider. Mythos und Leben*. Verlag Kiepenheuer und Witsch. Köln 1998

Segeberg, Haro (Hrsg.): *Mediale Mobilmachung III. Das Kino der Bundesrepublik Deutschland (1950-1962). Mediengeschichte des Films Band 6*. Wilhelm Fink Verlag. München 2009

Seydel, Renate: *Romy Schneider. Ein Leben in Bildern*. Henschel Verlag. Berlin 2007

Steenfatt, Margret: *Eine gemachte Frau. Die Lebensgeschichte der Romy Schneider*. Verlag Michael Kellner. Hamburg 1986

Strobel, Ricarda/ Faulstich, Werner: *Die deutschen Fernsehstars. Band 1: Stars der ersten Stunde*. Vadenhoeck & Ruprecht. Göttingen 1998

Squire, Jason E.: *Movie Business Book*. Verlag Könnemann. Köln 1995

Tepe, Peter: *Mythos und Literatur. Aufbau einer literaturwissenschaftlichen Mythosforschung*. Verlag Königshausen und Neumann. Würzburg 2001

Töteberg, Michael: *Romy Schneider*. Rowohlt Taschenbuch Verlag. Reinbek bei Hamburg 2009

Wydra, Thilo: *Romy Schneider. Leben Werk Wirkung*. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main 2008

Internetquellen:

Alle Internetquellen wurden letztmalig am 16.03.2012 auf ihre Abrufbarkeit überprüft.

Anderson, Marie: „*Das ungefällige Porträt eines tragischen Helden*“ in:
<http://www.kino-zeit.de/dvd/fellinis-casanova>

Behrens, Ulrich: „*Odyssee im Weltraum*“ in:
<http://www.filmstarts.de/kritiken/35823-2001-Odyssee-im-Weltraum/kritik.html>

dpa „*Liz Taylors Diamanten bringen viel Kohle*“ in der Stuttgarter Zeitung in:
<http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.auktion-liz-taylors-diamanten-bringen-viel-kohle.4bea74ff-8a39-4158-9cef-7d16c84cb347.html>

Freuler, Regula: „*Am Mythos weiterbasteln*“ in:
http://www.nzz.ch/nachrichten/kultur/aktuell/am_mythos_weiterbasteln_1.825738.htm

Hartig, Peter: „*Independentfilme. Der Mythos von der Unabhängigkeit*“ in:
<http://www.out-takes.de/index.php/category/out-takes/peter-hartig/>

Horak, Jan-Christopher: „*Die Traumfabrik Hollywood und seine Mythen*“ in:
http://www.bpb.de/themen/BLT3A6,0,Die_Traumfabrik%3A_Hollywood_und_seine_Mythen.html

Leibfried, Timm: „*Die teuerste Lederjacke der Welt*“ in der n-tv telebörse.de vom 08.06.2011
<http://www.n-tv.de/wirtschaft/Die-teuerste-Lederjacke-der-Welt-article3527321.html>

Meyhöfer, Annette: „*Jean Seberg und Carlos Fuentes*“ in DER SPIEGEL 11/1996 in:
<http://wissen.spiegel.de/wissen/image/show.html?did=8892260&aref=image017/SP1996/011/SP199601101410141.pdf&thumb=false>

Mitscherlich, Margarete: „*Wofür brauchen wir eigentlich Vorbilder ?*“ in:

<http://www.zeit.de/2007/09/Vorbilder-Mitscherlich>

Nolden, Reiner: „*A Star is born: vom Schauspieler zum Hollywood-Star und Mythos*“

<http://rainernolden.suite101.de/a-star-is-born-vom-schauspieler-zum-hollywood-star-und-mythos-a91952>

Schmitt, Uwe: „*Erst durch den Tod wird Houston zum Mythos*“ in:

<http://www.welt.de/vermishtes/prominente/article13875200/Erst-durch-den-Tod-wird-Houston-zum-Mythos.html>

Sprenger, Guido: „*Mythen als Schlüssel zur Gesellschaft*“ in:

http://www.ethmundo.de/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=136,
Online-Magazin für Kultur und Gesellschaft

Stiglegger, Marcus in:

<http://www.ikonenmagazin.de/rezension/Casanova.htm>

www. Crew-united.com

<https://www.crew-united.com/index.asp?show=member>

Alle zitierten Ausgaben der Zeitschrift CINEARTE sind dieser Magisterarbeit auf der beiliegenden CD als PDF-Dokument beigelegt, da man die Zitate im Internet nur als zahlendes Mitglied von Crew United einsehen kann.

www.duden.de/rechtschreibung/legende

www.insidekino.de

<http://www.insidekino.de/DJahr/D1970-1979.htm>

www.kino.de

<http://www.kino.de/kinofilm/fellinis-casanova/28284>

www.romy.de/zitate

www.spiegel.de

ohne Autorennennung, „*Wuuuuusch !!! Superman ist da !*“ in:

<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-40351744.html>

und

ohne Autorennennung, „*Der blaue Engel der Adenauerzeit*“ in:

<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-14341759.html>

www.zweitausendeins.de/Filmlexikon

<http://www.zweitausendeins.de/filmlexikon/?sucheNach=titel&wert=24725>

Zeitschriften:

Laudenbach, Peter: *Ein Hauch von Göttlichkeit* in: brand eins. Wirtschaftsmagazin. 9. Jahrgang, 03 März 2007

Teske, Knut/ Seitz, Georg/ Vollmer, Simon/ Waldburg, Marie: „*Mit ihr starb eine Legende – und eine Epoche ging unter*“ in: Bunte, Ausgabe 14/ 2011

Tageszeitungen:

Körte, Peter: *Ich bin kein Rollenschlüpfer* in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 24. April 2011, Nr.16

Olbert, Frank: *Hollywoods Eingeborene*“ in: Kölner Stadt- Anzeiger, 24. März 2011, Nr.70

Tittel, Cornelius: *Clooney sieht noch ganz vernünftig aus* in: Welt am Sonntag, 26. Februar 2012, Nr.9

Filmische Dokumentationen:

Feinsilber, Anne: *Made in Hollywood*. TV-Dokumentation. Frankreich 2010, auf ARTE gesendet am 13.05. 2011

Finkernagel, Daniel/ Lück, Alexander: *Unser Hollywood*. TV-Dokumentation. 2011, auf ARTE gesendet am 01.02.2011

Lagier, Luc: *Nouvelle Vague*. TV-Dokumentation. 2008, auf ARTE gesendet am 08.02.2012