

Amerika, mittelalterlich hypermodern : deutschsprachige Zeitungen schreiben über den US-amerikanischen Alltag (1999-2000)

Autor(en): **Rise, Marius**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires**

Band (Jahr): **98 (2002)**

Heft 1

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-118135>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Amerika, mittelalterlich hypermodern

Deutschsprachige Zeitungen schreiben über den US-amerikanischen Alltag (1999–2000)

Marius Risi

«[...] irgendwie laufen die Amerikaner bis heute durch ihr grosses Amerika, als wären sie gerade vom Sattel gestiegen. Die Stimmbänder knarren wie schlecht geölt, als seien sie seit Hunderten von Jahren dem Präriewind ausgesetzt, die Strassen und Häuser sind lieblos über das Land geklatscht, als müsse man morgens schon wieder weiterziehen, nach Westen und noch weiter nach Westen. Was lohnt es da, eine Stadt zu bauen, mit Plätzen und Cafés, mit Strassen, darin zu leben und zu flanieren, mit Schaufenstern zum Anschauen und Parkbänken, darauf zu verweilen? Lohnt sich nicht, und deshalb sieht es in Amerika, grob gesagt, eben aus, wie es aussieht. Ein riesiger Vorstadtklumpen. Das Vorstadtleben als Leben, die Wohnstrassen abgeschlossen, mit Eisentoren verrammelt, die Stadtmitte menschenfrei, eine Stadtmitten-Simulation, Hochhäuser, die sich in Hochhäusern spiegeln, die Einkaufszentren als Zentrumsersatz, aufgeblasene Kühlschränke mit Parkmöglichkeiten, alles nikotinfrei und fettarm.»

(Die Zeit, 11. Februar 1999, «Gute Laune, made in USA»)

Stereotype Vorstellungen vom Leben in Amerika sind im heutigen Europa ein fester Bestandteil im Fundus gesellschaftlicher Fremdklischees. Seit der Entdeckung durch die Seefahrer und der Besiedlung durch die Kolonisten spielte Amerika im europäischen Denken als Projektionsfläche eine Rolle: Ob als irdisches Paradies oder bedrohliche Wildnis zwischen dem 16. und 18. Jahrhundert, als verheissungsvolles Auswanderungsziel oder moderner Moloch im 19. Jahrhundert, als Traum des guten Lebens oder als massenorientierte Dekadenz im 20. Jahrhundert – Amerika war und ist eine imaginäre Grösse im Reden und Handeln vieler Europäer und Europäerinnen. Dieses imaginierte Amerika steht im Mittelpunkt der folgenden Ausführungen und Überlegungen. Dazu ist zunächst einmal der Begriff «Amerika» erklärungsbedürftig: «Europa» und «Amerika» seien, so bemerkte Ludwig Marcuse schon vor fünfzig Jahren, «Worte ohne Realitätsdeckung geworden», die von «ihrer Brauchbarkeit, nicht von der Wahrheit»¹ lebten. Ganz im Marcuseschen Sinne steht Amerika auch hier nicht für das reale, wirkliche Amerika, sondern für ein Amerika, das wir Europäer uns selber erzeugt haben und das wir für bestimmte Zwecke nutzen und brauchen. Es geht also um «kulturell gemachte Bilder» Amerikas, um «America as a place of the mind»², um «l'Amérique dans les têtes»³. Verkürzungen, Verzerrungen und Unschärfen gehören zu den bezeichnenden Merkmalen dieses Amerika-Begriffs: Obwohl «Amerika» eigentlich einen ganzen Kontinent von Alaska bis ins Feuerland bezeichnet, meint er hier – analog zur alltagssprachlichen Verwendung – nur die Vereinigten Staaten von Amerika. Zudem transportiert das Etikett «amerikanisch» gemeinhin Zuschreibungen über typische Eigenschaften des Landes und seiner Bewohner, die in dieser Absolutheit kaum zulässig sind – kein Wunder, erkennen viele US-Amerikaner und Amerikanerinnen in solchen Amerikabildern nicht sich selbst, sondern «at best simple half-truths and at worst grotesque caricatures of the real character of American life.»⁴

Das Reden über Amerika soll im folgenden als eine zeitgenössische Kulturtechnik – als ein Instrument der Lebensbewältigung im weitesten Sinne – begreifbar gemacht werden. Dazu gilt es folgende Fragestellungen zu berücksichtigen: In welchen gesellschaftlichen Bereichen findet eine Beschäftigung mit «Amerika» statt? Welche spezifischen Inhalte und Kontexte sind dabei von Relevanz? Wer bestimmt diese Inhalte, wie werden sie vermittelt und rezipiert und welche Bedeutungen entwickeln sich daraus? Und welche Traditionen in der Argumentation stehen zur Verfügung?

Im Namen der Kultur: Zur Sozialgeschichte einer Aversion

Wenn man die (west-)europäischen Vorstellungen von Amerika in einer historischen Perspektive betrachtet, springt eine merkwürdige «Kontinuität im Wandel» ins Auge, die Günter C. Behrmann am Beispiel Deutschlands schon 1984 erkannt hatte: «Obwohl sich in den deutschen Amerikabildern die politisch-ökonomischen und soziokulturellen Wandlungen in der Geschichte der USA spiegeln, kehren bei der Einschätzung der Vereinigten Staaten ähnliche Deutungsmuster und Wertungen immer wieder.»⁵ Folgt man den Spuren solcher sich scheinbar stetig wiederholender Interpretationsmuster über viele Jahrzehnte zurück, trifft man unweigerlich auf *den* Schlüsselbegriff im Reden über Amerika: «Kultur». Wie kein anderer Begriff im deutschen Sprachraum kam er immer dann zu besonderen Ehren, wenn es darum ging, einen Vergleich zwischen Europa und den USA zu ziehen. In Frankreich und England erfüllte der Terminus «culture» eine ähnliche Rolle, er stand allerdings im Schatten der wirkungsmächtigeren Konzeptionen der «civilisation» respektive «civilization».⁶ Seine Anfänge nahm das europäische Argumentieren mit und in der Kategorie der «Kultur» bereits im 18. Jahrhundert. Vorab die französische Intelligenz der Aufklärung suchte im Rahmen wissenschaftlicher Forschungen nach Gründen, die erklären konnten, warum die Indianer angeblich auf einer so niedrigen Kulturstufe lebten.⁷ Die Antworten fielen ganz im Geist der zeitgenössischen, anthropologischen Naturwissenschaften aus – bewiesen durch scheinbar exakte Messdaten: Klima und Bodenverhältnisse seien so beschaffen, dass sie eine Degeneration der Einwohner bewirkten. Auch die Kolonisten würden diesem Schicksal nicht entgehen, denn in der unwirtlichen Natur sei der kulturelle Niedergang unausweichlich, wie der unter den Nachkommen der Eingewanderten beobachtbare Schwund an geistigen und körperlichen Kräften aufzeige. Diese «Degenerations-These» gewann in Europa dermassen an Boden, dass sich amerikanische Staatsmänner in der Gründungszeit der USA veranlasst sahen, gegen sie vehement das Wort zu ergreifen: Benjamin Franklin, Thomas Jefferson und John Adams (allesamt in ihrer jeweiligen Eigenschaft als amerikanische Botschafter in Europa, in der sie auf dem politischen Parkett für diplomatische Anerkennung der noch jungen Nation kämpften) wehrten sich jedenfalls heftigst gegen die Unterstellung, ihr Land sei der Dekadenz verfallen. Trotzdem brachte das 19. Jahrhun-

dert den endgültigen Durchbruch des Arguments, den Amerikanern mangle es generell an «Kulturfähigkeit». Ferdinand Kürnbergers sehr populärer Roman «Der Amerikamüde» (1855) vereinigte in sich nicht nur alle schon vorhandenen negativen Klischees und Stereotypen über die USA, sondern kann auch als einflussreicher Multiplikator derselben gelten. Er trug massgeblich dazu bei, das Bild des oberflächlichen, ungebildeten, ruhelosen, gemütsarmen, geistlosen, materialistischen – kurz: unkultivierten – Amerikaners zu verfestigen (Die Ironie von der Geschichte: Kürnberger, dieser «spektakulärste Fall der gnadenlosen Spötter»⁸, hatte den amerikanischen Kontinent selbst nie betreten). Der Basler Kulturhistoriker Jacob Burckhardt, dessen Schriften für das deutschsprachige Bürgertum des auslaufenden 19. und beginnenden 20. Jahrhunderts prägend gewirkt haben, bezeichnete die Amerikaner in seinen «Weltgeschichtlichen Betrachtungen» (1905) als «ungeschichtliche Bildungsmenschen», die auf ein «geistiges Kontinuum» verzichteten und deshalb kulturell in der Nähe der Barbaren anzusiedeln seien.⁹ Burckhardts Abneigung war eine gepflegte Antipathie, die sich durch sein Werk zog und in Amerika vor allem das negative Vorbild, den Schrecken der Zukunft und das kulturlose Land par excellence ausmachte.¹⁰ Der Soziologe Ferdinand Tönnies hielt die Amerikaner für äusserlich, fromm und innerlich flach, da sie die Grundlagen ihrer Kultur nur mangelhaft kennen würden.¹¹ In Frankreich qualifizierte der Poet Charles Baudelaire Amerika als «barbarie éclairée au gaz»¹² ab. Georges Clemenceau, französischer Premierminister zwischen 1906 und 1909, sah in Amerika «die Entwicklung von der Barbarei zur Dekadenz ohne Umweg über die Kultur»¹³. In Deutschland stärkte der Kriegseintritt der USA 1917 das Credo, Amerika sei eine Nation ohne Kultur.¹⁴ In den Jahren nach dem Ersten Weltkrieg – die Vereinigten Staaten waren zur weltpolitischen Führungsmacht aufgestiegen – verdichteten sich Kritik und gelegentlicher Spott vielerorts zu einer Geisteshaltung, denn besonders «in bildungsbürgerlichen Rede- und Sichtweisen galt, dass die wahre Kultur an Europa gebunden sei»¹⁵. Zudem erweiterte sich vor allem in der Weimarer Republik das Spektrum der sozialen Gruppierungen, die das Stereotyp des kulturarmen Amerika hochhielten: «Kulturkritische Äusserungen über die USA konnte man nicht nur in allen bürgerlichen Parteien und Medien, sondern auch innerhalb der Sozialdemokratie und bei der kritischen Intelligenz finden.»¹⁶ So sprach beispielsweise Alice Salomon, eine Vertreterin der linksbürgerlichen Frauenbewegung und an sich durchaus amerikafreundlich eingestellt, 1923 davon, dass die USA noch keine Seele habe, weil diesem Land die «Tradition der Kultur»¹⁷ fehle. Der spanische Philosoph Ortega y Gasset erkannte ein Jahrzehnt darauf in den USA das Paradies der Massen und in den Amerikanern das proto-typische Massenvolk, welches aus Mangel an Kultur auf alle möglichen Kapriolen ver falle, um die Zeit totzuschlagen.¹⁸ In der Nachkriegszeit tat sich in Deutschland L.L. Matthias – einer der meistgelesenen antiamerikanischen Autoren – mit abschätzigen Kommentaren über die amerikanische Gesellschaft besonders hervor; weil sich die Amerikaner auf das Funktionieren als reine Erwerbsgesellschaft konzentrierten, argumentierte er, würde das gesellschaftliche Gewebe zerstört. Religion, Kunst, Kultur könnten

unter diesen Bedingungen nicht überleben – Comics statt Lesekultur wären die Folge. 1978 verfasste der französische Autor Jean Cau sein gegen Amerika gerichtetes Pamphlet «Discours de la décadence»¹⁹, und 1983 wettete G. Kade in seinem populärwissenschaftlichen Buch «Die Amerikaner und wir» über die «Erscheinungen amerikanischer Unkultur, die unser Alltagsleben und unsere politischen Zustände [...] weitgehend beherrschen.»²⁰ 1993 schliesslich machte in französischen Feuilletons im Zuge der Eröffnung des Euro-Disney-Parks bei Paris die Parole vom «kulturellen Tschernobyl» die Runde.²¹

All diese offenbar gemeineuropäischen, sich über zwei Jahrhunderte hin-streckenden Beispiele öffentlich zur Schau gestellter Aversionen gegenüber Amerika und seiner «Kultur» lassen sich auf einen sozialgeschichtlichen Nenner bringen: Sie sind Ausdruck der Profilierung des Bildungsbürgertums. Im 19. Jahrhundert gehörte die Konstruktion des Nationalen («nation building») zu den zentralen Wirkungsfeldern der aufstrebenden bürgerlichen Schichten.²² Sie beschworen und verbreiteten, schützten und reinigten «nationale Kultur» mit wachsender Dringlichkeit und mit zunehmendem Druck. Das Konzept der Nationalkultur diente ihnen als Instrument, die grosse Menge der einfachen, ungebildeten Leute innerhalb der jeweiligen Landesgrenzen zu nationalem Denken zu erziehen. Aus der heterogenen Mischung von Gruppen unterhalb der bürgerlichen Schichten sollte ein Volk entstehen, das sich selbst als eine besondere, einmalige, klar von anderen Völkern unterschiedene Gemeinschaft empfand. Diese Nationalisierung der Massen (im Sinne einer gezielten Verbreitung von Vorstellungen über die «deutsche Art» oder die «civilisation française») sollte demnach «das Gefühl der Zusammengehörigkeit unterfüttern»²³ und so den bildungsbürgerlichen Eliten «die praktische politische Loyalität der Masse»²⁴ sichern, allerdings ohne den eigenen, durchaus kosmopolitisch orientierten Beziehungshorizont einzuschränken. In diesem sozio-kulturellen Umfeld kam in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts der Diskurs über die «kulturelle Amerikanisierung» auf. «Amerika» avancierte zum Inbegriff für herausfordernden Kulturimport – gerade auch in Deutschland, wo die Reichsgründung von 1871 einen neuerlichen Nationalisierungsschub mit sich brachte. Durch die Brille der bildungsbürgerlichen Nationalisierer gesehen, erwuchs hier ein ernsthafter Konkurrent im Werben um die kulturelle Loyalität breiter Bevölkerungsschichten, der immer wieder neue Erfolge verbuchen konnte: «Schon vor dem Ersten Weltkrieg kamen über den Atlantik Erfolgsschlager und Moden populärer Kultur, die ein breites Publikum ansprachen. Buffalo Bills Wildwestshow, Barnums Zirkus, der Ragtime und die Groschenheftgeschichten vom New Yorker Superdetektiv Nick Carter begeisterten nicht nur gehobene Kreise. Volksschüler aus den Arbeitervierteln bildeten, das stellten ihre Lehrer mit Entsetzen fest, Nick-Carter-Clubs, um die spannenden Heftchen zu lesen und zu tauschen.»²⁵ Die im Bildungsbürgertum stets hochgehaltene Opposition zwischen echter, wahrer, nationaler Kultur und der «amerikanischen Antikultur» zielte von Anbeginn an darauf ab, kulturelle Internationalisierung einzudämmen und in Verruf zu bringen – dahinter

standen unübersehbar «Ängste vor einer Schwächung bürgerlicher Hegemonie»²⁶. Insofern macht es Sinn, die Rede von der amerikanischen Kulturlosigkeit als «politische Waffe des Bürgertums»²⁷ zu begreifen, die ihm dazu diene, nach innen eine integrative Wirkung (nationale Homogenität statt kulturelle Heterogenität) zu entfalten, und nach aussen hin Grenzen (Abwehr des Konkurrenten um die Gunst des breiten Publikums) zu setzen. Das Konzept der «Unkultur» erweist sich somit als eine Erfindung des Establishments. Die europäische Aversion gegenüber «amerikanischer Kultur» muss deshalb nicht zuletzt auch im historischen Kontext von Anstrengungen bildungsbürgerlicher Selbstbehauptung gesehen werden: Sie ist ein Produkt der Nationalisierer des 19. Jahrhunderts und hat in der Folge vor allem in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine überwältigende Karriere gemacht, die bis in die 1960er-Jahre ungebrochen anhielt, bis sie dann – analog zum Aufweichen der bildungsbürgerlichen Ideale – tendenziell an Bedeutung verlor. Dennoch hat sie als gepflegtes kulturelles Wissen bis heute überlebt. Das Stereotyp von der amerikanischen Kulturlosigkeit ist im Verlauf der letzten 150 Jahre durch getreues Fortschreiben in bildungsbürgerlichen Argumentationslinien zu einer «idée fixe» geworden: Diese über Generationen hinweg erfolgte Weitergabe, so analysiert Dan Diner, mache die kulturelle Amerikafeindlichkeit zu einem «weltanschaulich tief eingefressene[n] und überaus langlebige[n] Ressentiment», das «einem kulturellen Code gleich [...] auch von jenen artikuliert [wird], die weder praktische noch theoretische Kenntnisse von Amerika aufzuweisen vermögen.»²⁸

Amerika in der heutigen Presse

Die Beschäftigung mit dem US-amerikanischen Alltag findet heute in europäischen Gesellschaften (auch) in institutionalisiertem Rahmen statt. In den Spalten der (Tages-) Zeitungen der letzten Jahre sind Texte und Bilder, die sich auf das «gewöhnliche Leben» in den Vereinigten Staaten jenseits vom aktuellen Geschehen in Politik, Wirtschaft oder Sport beziehen, nicht zu knapp präsent. Zeitungen sind zwar nur eine Gattung in einem grösseren Medien-Gesamtsystem, ihr gewichtiger Stellenwert innerhalb der öffentlichen Kommunikation (weite Verbreitung, sehr hohe Nutzerzahlen) rechtfertigt es dennoch, sie als Indikatoren für «die Erforschung sozialer Probleme der unmittelbaren Gegenwart»²⁹ heranzuziehen. Hier werden kursierende zeitgenössische Amerikabilder besonders gut greifbar und folglich auch methodisch fass- und verwertbar. In kulturwissenschaftlicher Perspektive gilt es, solche medial vermittelten Bilder auf ihre Funktionalität hin zu hinterfragen. Sie sollen nicht einfach als Abbilder von Wirklichkeit gesehen werden, sondern auf ihre Bedeutungen für die Produzenten und Nutzer/Nutzerinnen befragt, und als strategische Faktoren in kulturellen Vermittlungsprozessen verstanden werden. Darin liegt letztlich auch der Wert der Zeitungsinhalte: Sie leisten der volkskundlichen Forschung gute Dienste, um auf soziale und kulturelle Prozesse aufmerksam zu werden. Wolfgang Brückner hat diesen Verweischarakter von

Zeitungen scharf erkannt: «Die Zeitung vermag selbst bei systematischer Befragung lediglich nur auch eine unserer vielen Informationsmöglichkeiten zu sein, und zwar eine mit Hinweischarakter auf erste Daten, sozusagen mit Indikatorfunktion zum Weiterfragen.»³⁰ Schon 1961 sprach Hans Trümpy den Aspekt des medialen Einflusses auf die Gesellschaft an, indem er den Zeitungsinhalten eine höhere Bedeutsamkeit als den archivalischen Quellen attestierte, sofern «sie nicht nur registrieren, sondern wenn von ihnen eine Wirkung ausgegangen ist»³¹ – und Trümpy wusste diesen Ansatz auch gleich auf eine eingehende Formel zu bringen: «Die Presse hält nicht nur Stimmungen fest, sie schafft auch Stimmungen.»³² Die volkswissenschaftliche Perspektive sollte deshalb stets im Auge behalten, dass Kommunikationsmittel «langfristig die sozialen «patterns» [prägen]»³³. Rudolf Schenda forderte eine Ausrichtung der Forschung in diesem Sinne bereits 1970 explizit ein: «Sie [die Kommunikationsmittel] haben [...] nicht nur einen vordergründigen, direkte Informationen liefernden Aussagewert, sondern darüber hinaus in ihrer Gesamtheit und nach ihrer Tendenz einen die Gesellschaft formenden Impetus, den es zu entdecken gilt.»³⁴

Betrachtet man insbesondere deutschsprachige Tages- und Wochenzeitungen nach der Präsentation des alltagskulturellen Amerikas, nach der Darstellung amerikanischer Lebensarten, -stile und -formen und nach der Beschreibung des vermeintlich normal und typisch Amerikanischen, fällt bald eine gewisse Einheitlichkeit und Geschlossenheit der Inhalte ins Auge.³⁵ Zwischen den einzeln vermittelten Amerikabildern ergeben sich zahlreiche Entsprechungen. Das «imaginierte Amerika» in der aktuellen deutschsprachigen Presse erweist sich letztlich als relativ homogen. Spezifische Topoi kehren immer wieder und lassen in der Gesamtsicht bestimmte thematische Akzentuierungen erkennbar werden. Die harmlosesten Zuschreibungen leisten dabei noch die kleinen Nachrichten aus Amerika, die unscheinbaren Notizen am Rand, die in meist wenigen Sätzen über eine seltsame, kurlige oder kuriose Begebenheit jenseits des Atlantiks berichten. Meist in der Form von «Flash-News» (in der Regel ausgehend von einer Agenturmeldung) zielen sie in erster Linie auf den Effekt, die Leser in Erstaunen zu versetzen. So überschrieb beispielsweise das österreichische Boulevardblatt «Neue Kronen Zeitung» folgende kurze Notiz mit dem Titel «Amerika glaubt an Ausserirdische»:

«Los Angeles – Mehr als 70% der US-Bürger glauben an Ausserirdische. Die meisten von ihnen sind ausserdem überzeugt, dass uns das fremde Leben überlegen ist. Das geht aus einer Umfrage für die TV-Sendung «Dateline: USA» hervor. Zwei Drittel der 1'500 Befragten sind sicher, dass die Erde bei einem Besuch «grüner Männchen» zerstört oder zumindest erobert wird.»
(Neue Kronen Zeitung, 14. November 1999, «Amerika glaubt an Ausserirdische»)

Für solche Kurznachrichten gilt generell die von der «Presse» geäußerte programmatische Bemerkung «Ein bisschen Kopfschütteln wird da schon erlaubt sein»³⁶, die sie in Bezug auf so genannte Grusel-Hochzeiten in Las Vegas mit Standesbeamten in Dracula-Gewändern angebracht hat. Dieses rhetorische Kopfschüt-

teln über einzeln herausgepickte Seltsamkeiten schlägt allerdings bald schon in offene Ablehnung über, wenn es um generelle Charakterisierungen des Amerikanischen geht. «Sie spinnen irgendwie, die Amis»³⁷ verkündete der Tages-Anzeiger in einem Beitrag über amerikanische Fernsehsendungen und traf mit dieser saloppen Formulierung ziemlich gut den Grundton, der immer dann vorherrscht, wenn in den Zeitungen die Rede von der «amerikanischen Art» ist, wenn (vermeintlich) typische amerikanische Denk- und Verhaltensweisen zur Debatte stehen. Mit einem latenten Gefühl der Befremdung diagnostizieren zahlreiche Journalisten eine wachsende Entfremdung zwischen der amerikanischen Gesellschaft und der restlichen Welt. US-Amerikaner und -Amerikanerinnen würden sich – so der Tenor – je länger je mehr vom Weltgeschehen abnabeln und in geradezu autistischer Selbstbezogenheit vor sich hinleben. «Die Mehrzahl der Amerikaner», stellte die «Zeit» lapidar fest, «interessiert sich wenig für die Welt.»³⁸ Der Vorwurf der Nabelschau und Grossspurigkeit verdichtet sich hier zum nationalen Stereotyp, das die Amerikaner scheinbar bis in ihre alltäglichsten Verrichtungen auszeichnet:

«Wohl nur ein Ausländer kichert, wenn in Washington D.C. ein Hund, der auf einer Wiese am höchsten springt, um einen fliegenden Frisbee zu erhaschen, umgehend zum «World Champion» erkoren wird. Hat nicht das Fernsehen den historischen Anlass live übertragen, und haben nicht Kommentatoren die Leistungen der Vierbeiner auf dem Rasen im Brustton der Überzeugung gewürdigt? Und liebt nicht alle Welt Barbie, Coca-Cola, Hamburger, Mickey Mouse und Elvis? Hört nicht das ganze Erdenrund Jazz, Blues und Country, Rap, Rock und Hip Hop? Welches Kind kennt nicht, Hollywood sei Dank, Lassie, Flipper oder Fury, welcher Teen nicht Rambo, den Terminator oder E.T.? Amerika ist in unseren Köpfen präsent. Zu recht, wie dessen Bewohner glauben. Denn ist ihre Nation unter dem Sternenbanner nicht die beste, die freiste, die reichste? Zweifellos prägen Grösse und Macht der USA das Selbstwertgefühl ihrer Bürger. Das gesunde Selbstbewusstsein erschwert es vielen Amerikanern, über die Grenzen hinauszuschauen und im Vergleich mit dem Rest der Welt eigene Schwächen zu orten.»

(Tages-Anzeiger, 31. Juli 2000, *Die ratlosen Söhne der «soccer moms»: Die (männlichen) Amerikaner können nicht Fussball spielen – Dabei sind sie doch eine Nation von Weltmeistern*)

Nimmt man die Schilderungen in den Zeitungsspalten zum Massstab, dann bestünde für diese selbstgenügsame Haltung allerdings überhaupt keine Veranlassung, im Gegenteil: Die zuweilen bis ins Spöttische gesteigerte Kritik an der amerikanischen Künstlichkeit, der «Fun-Kultur» ohne Tiefgang oder der «Gute-Laune-Kultur» mit ihren hohlen Inszenierungen penetranter Fröhlichkeit rücken den «American Way Of Life» in ein schlechtes Licht. Den «Amis» wird oft eine ins Einfältige tendierende Wesensart zugehalten, die dann in den Texten gerne als Oberflächlichkeit entlarvt und denunziert wird. So bemerkte der «Tages-Anzeiger» bezüglich der amerikanischen Touristen, die es für den Sommer 2000 aufgrund des starken Dollars wieder in grosser Anzahl in Europa zu erwarten galt: «Schön wäre es, sie würden mehr Literatur in ihre Koffer packen als nur den jüngsten Bestseller «Bella Tuscany», der die Erinnerungen einer Amerikanerin an einen Frühling und einen Sommer «in den romantischen Teilen Italiens» aufwärmt.»³⁹ Von den Skizzen des oberflächlichen, zwanghaft fröhlichen, unkritischen und der geschichtlichen Vergangenheit gegenüber völlig indifferenten Amerikaners zur stereotypen Kari-

katur des hässlichen, dummen «Amis» ist der Weg dann nicht mehr allzu weit. Am erbarmungs- und hemmungslosesten betreten ihn die Boulevardzeitungen, wie das krasse Beispiel eines «BILD»-Artikels zeigt:

«Dumm, dümmer, Amerikaner?

Die Amis und das Millionärsspiel! Da sind nun schon alle Fragen viel, viel leichter als bei Günther Jauchs Show «Wer wird Millionär» – und trotzdem bekommen sie es nicht gebacken. Lesen Sie mal, wie sich ein Kandidat zum Gespött der ganzen Welt machte. Schon bei der ersten 100-Dollar-Frage scheiterte.

Frage an Robby Roseman (22), Börsenhändler in Chicago: Auf welchen Tieren überquerte Hannibal die Alpen?

a) Pferde b) Lamas c) Elefanten d) Nashörner

Robby grübelte, schwitzte: «Als ich die Frage sah, wusste ich, dass ich in Schwierigkeiten bin.» Er setzte den Joker, liess zwei Antworten streichen: Lamas und Elefanten blieben stehen. Dann zaghaft die Antwort: Lamas.

Mensch Robby, Hannibal ist mit Elefanten über die Alpen!

Nicht viel besser: der Farmer Stephen. Frage: Wie hiess der russische Tanker, der beim Schmuggeln von irakischem Öl aufgebracht wurde?

«Titanic», «Disneys grosses rotes Boot», Flugzeugträger «John F. Kennedy» oder war es die «Wolga». Wolga wär's gewesen. Aber was sagt Stephen, der Tölpel? «John F. Kennedy».

P.S.: In Amerika zahlt sich auch Dummheit aus. Der Hannibal-Experte ist inzwischen Dauergast in den Talkshows.»

(BILD, 16. Februar 2000, «Der dümmste Mann Amerikas»)

Darstellungen amerikanischer Alltäglichkeit in der deutschsprachigen Presse konzentrieren sich im wesentlichen auf drei grössere Teilgebiete, die man sinn- gemäss umschreiben könnte mit «Ess- und Trinkkultur», «Gewaltkultur» und «Rechtskultur». Längst zum stehenden Topos auch ausserhalb der Zeitungsspalten ist die europäische Verwunderung im *ersten* dieser Bereiche geworden. Zahlreiche Berichterstatter knüpfen an gängige Vorstellungen über amerikanische Ess- und Trinkgewohnheiten an und spinnen diesen Faden weiter. Es ergibt sich für die Leser in der Summe eine Palette kulinarischer Geschmacklosigkeiten: Amerikaner und Amerikanerinnen seien stets «busy» und hätten deshalb keine Zeit für nichts und schon gar nicht fürs Essen, weshalb sie sich meistens im Auto verpflegen würden, vorzugsweise mit Joghurt aus der Tube oder mit in Kartonröhren gepresster Rührei- oder Käsemakkaronimasse.⁴⁰ Nicht nur das Essen scheint da seinen Rang verloren zu haben, sondern auch das Kochen, wie der «Blick» in einer Reportage über eine amerikanische Hausfrau zu berichten weiss, die nur einmal pro Jahr – in einem mehrtägigen Kraftakt – kocht, um dann die Speisen in riesigen Tiefkühlern in der Garage einzufrieren.⁴¹ Beim Stichwort «amerikanischer Kaffee» fühlt sich der «Tages-Anzeiger» an eine wässrige braune Brühe erinnert, der die Menschheit beleidige – zumindest bis vor kurzem, denn jetzt gebe es ja die Kaffeehauskette «Starbucks».⁴² Doch auch dort werden laut «Weltwoche» sämtliche Grenzen des Geschmacks verwegen überschritten, denn wer möchte schon, so fragt das Blatt rhetorisch, seinen Latte mit Kiwi-Aroma oder Himbeergeschmack?⁴³

Ein *zweiter* Bereich, in dem amerikanischer Alltag verhandelt wird, umfasst die Anwendung von Gewalt in der Gesellschaft – ein Themenkomplex, der nicht zuletzt durch die Häufung von besonders massiver Gewaltausübung durch einzelne

Amokläufer in den letzten Jahren grosse Aufmerksamkeit auf sich gezogen hat. «Was ist nur in Amerika los, wer dreht da noch durch?»⁴⁴, fragen sich dann Beobachter und Kommentatoren in der Alten Welt mit Entsetzen und entwickeln auf der Suche nach den Ursachen derartiger Gewaltakte Erklärungsansätze, die im weitesten Sinn einer «amerikanischen Gewaltkultur» das Wort reden. Es wird auf die «innere Aufrüstung der Gesellschaft mit ihrem freien Zugang zu tödlichen Waffen»⁴⁵ verwiesen und daraus ein «bewaffnetes Bewusstsein einer Weltmacht»⁴⁶ abgeleitet. In der Anballung von Amokläufern erkennen sie ein sich zunehmend ausbreitendes kulturelles Muster, das in der massiven, blindwütigen Gewaltanwendung ein Ventil für aufgestaute Frustrationen finde und mit jedem Fernsehtag sichtbarer werde: «Aus dem Nichts tauchen an allen möglichen Orten – in Schulen oder Büros, vornehmen Quartieren oder Elendsvierteln, Dörfern oder Grossstädten – frustrierte Menschen auf, die ihr Scheitern durch den Lauf eines Gewehres ausdrücken. Wer verliert, schießt, egal ob auch Unschuldige sterben.»⁴⁷

Das *dritte* und letzte Gebiet schliesslich betrifft das US-amerikanische Justizsystem und die dahinterstehenden gesellschaftlichen Vorstellungen von Recht und Gerechtigkeit, die gerade wieder in jüngster Zeit – die Zeugnisse in den Zeitungen sind Legion – für grössere Irritationen und auch heftige Unmutsbekundungen sorgen. «Es ist eine heikle Sache, gegen Gerichtsurteile zu polemisieren», appelliert ein Kommentator in der «Presse» an die Besonnenheit, nicht ohne im nächsten Teilsatz den Vermerk zu plazieren, dass aber eben doch «vor allem amerikanische Gerichte immer wieder Anlass dazu [geben], sich – milde gesagt – zu wundern»⁴⁸. Er trifft mit seiner Aussage den Kern einer Stimmung, die in der Berichterstattung zur amerikanischen Rechtssprechungspraxis vorherrscht – wobei das Sich-Wundern verschiedene Intensitätsgrade entwickeln kann. Jedenfalls steht das amerikanische Justizsystem unter dringendem Verdacht, unverhältnismässige Urteile zu produzieren. Den Entscheid einer Geschworenenjury in Florida, den Schadenersatzforderungen einer Familie und zwei weiteren Klägern stattzugeben und damit die Zigarettenindustrie zu einer Zahlung von 12,7 Millionen Dollar zu zwingen, weil sie ihre Kunden über die Schädlichkeit des Zigarettenkonsums nicht genügend aufgeklärt habe, veranlasst die «Neue Luzerner Zeitung» zur Kommentarüberschrift: «Die spinnen, die Amerikaner...»⁴⁹. Zu den als absurd empfundenen Schadenersatzprozessen (Die «Presse» schreibt in diesem Zusammenhang vom «Land der unbeschränkten Klagsmöglichkeiten»⁵⁰) gesellen sich Reportagen über US-amerikanische Rechtspraktiken, die nicht mehr bloss als unangemessen, sondern als ungerecht daherkommen. Die «Zeit» schreibt von «zwei Millionen Verdammten», die einer «oft von Rachegeanken geleiteten Strafwütigkeit»⁵¹ zum Opfer gefallen seien und in amerikanischen Gefängnissen völlig über-rissene Strafen abzusitzen hätten. Kunde von wahrlich drakonischen Urteilen kommt aus Kalifornien, jenem Bundesstaat, der einst Vorbild im Bildungs- und Gesundheitswesen gewesen sei, und sich nun «ganz dem Strafen verschrieben»⁵² habe:

«Es war ein regnerischer Tag, an dem Stanley Durden in einem Lebensmittelgeschäft einen Regenschirm und zwei Flaschen Schnaps mitgehen liess. Einfacher Diebstahl, der Wert der gestohlenen Sachen betrug 43 Dollar. Durden wurde von einem Gericht verurteilt zu, man will es kaum glauben, 25 Jahren bis lebenslänglich. Gut möglich, dass der 40-Jährige nie wieder in Freiheit kommt. Im Jahr 2025 darf er erstmals einen Antrag auf Freilassung zur Bewährung stellen. Wo wurde Durden so gnadenlos abgeurteilt? Etwa in einem Land, in dem die Scharia gilt? Oder in Singapur, wo noch die Prügelstrafe angewendet wird? Nein, in Kalifornien, dem amerikanischen Bundesstaat. Kalifornien ging vor sechs Jahren voran mit einer Regelung, die ihren Namen aus dem Baseball entlieh: «Three strikes and you are out» – dreimal daneben, und du bist raus. Im Rasensport bedeutet dies: Wenn ein Schlagmann den Ball dreimal nicht trifft, kommt der nächste dran. Im Gericht geht es härter zu: Wer zum dritten Mal wegen eines Verbrechens verurteilt wird, dem muss der Richter die Höchststrafe geben. Stanley Durden war 1987 schon einmal wegen Diebstahls verurteilt worden und 1989 wegen Raubs. Als der Obdachlose im Frühsommer dieses Jahres Regenschirm und Schnaps stahl, war er gerade erst 14 Monate auf freiem Fuss. Sein Pech, dass die Richter in Los Angeles County, wo er die Tat beging, die Three-Strikes-Regel konsequent anwenden.»
(Die Zeit, 2. November 2000, «Zwei Millionen Verdammte»)

Kein Wunder, wird im Kontext solcher Schreckgeschichten die Nase über «die Amerikaner und ihren Gerechtigkeitsinn»⁵³ gerümpft, spöttisch und verächtlich über «dieses Amerika, das angeblich die Rechte einzelner Menschen schützt»⁵⁴ hergezogen (nicht zuletzt auch im Kontext mit der Todesstrafe) und die amerikanische, meinungsbildende Öffentlichkeit gerügt, die innerhalb des eigenen Landes «die Wirkungen eines Justizsystems, das nicht nur drakonische, sondern auch höchst ungerechte Strafen fällt, [ignoriert]»⁵⁵. Besonders geballt entlud sich die Empörung einer breiten Öffentlichkeit im Spätjahr 1999 im Kontext mit den Vorkommnissen um den schweizerisch-amerikanischen Doppelbürger Raoul Wüthrich: Der elfjährige Junge wurde am 30. August 1999 von der Polizei in seinem Schlafzimmer in Jefferson County/Colorado festgenommen und in Handschellen abgeführt, weil er angeblich (so will es die Nachbarin gesehen haben) seine fünfjährige Schwester im Garten unsittlich berührt haben soll. Aufgrund von Verfahrensfehlern im darauffolgenden Gerichtsprozess kam er dann am 10. November aus der Haft wieder frei. Die Boulevardzeitung «Blick» nahm die Geschichte im Oktober auf⁵⁶, etikettierte sie mit dem prägnanten Kürzel «Fall Raoul» und löste damit eine Welle der europaweiten Beschäftigung mit dem US-Justizsystem und der «amerikanischen Rechtskultur» aus. Es hagelte in der Folge geharnischte Proteste, Petitionen wurden lanciert, Leserbriefe verfasst, Spendenkonten eröffnet, parlamentarische Botschaften verlesen. Die Kritik war einhellig: In punkto sexueller Belästigung sei man in Amerika geradezu hysterisch⁵⁷, so dass der gesunde Menschenverstand (einmal mehr) versage⁵⁸. In einem Land, in dem die Prüderie höchste Staatsreligion sei, herrsche Krieg gegen die eigenen Kinder.⁵⁹ Die dortige Justiz habe jegliche Verhältnismässigkeit verloren und handle bar jeder Vernunft. «Das Vorgehen der amerikanischen Justiz», so hielt die Weltwoche stellvertretend für viele fest, «ist menschlich inakzeptabel, egal, was geschehen ist. [...] Das Verfahren widerspricht völlig unserem Verständnis von Gerechtigkeit.»⁶⁰

Überblickt man die über die Zeitungsspalten verbreiteten Amerikaskizzen, wie sie bis hierhin vorgestellt worden sind, fällt ein gängiges Muster in der Darstellung

auf: Ob nun im Namen einer Ess-, Gewalt- respektive Rechtskultur oder aber ganz genereller, als wesenhaft betrachteter Eigenschaften – Amerika und das Amerikanische erscheinen oft im Licht des Abnormen, des von der eigenen (europäischen, deutschen, schweizerischen, österreichischen) Norm seltsam Abweichenden. Das «Treiben» in Amerika wird als Über-Treibung wahrgenommen, das altbewährte Postulat des «gesunden Menschenverstandes» scheint jenseits des Atlantiks seine Gültigkeit verloren zu haben. In dieser Denklinie ist es nur konsequent, wenn die amerikanische Gesellschaft im eigentlichen Wortsinn für «ver-rückt» erklärt wird, wenn ihre kulturellen Techniken, ihre Formen von Lebensbewältigung, als Triumph des Extremen registriert und interpretiert werden – dem Blick in die Zeitungen eröffnet sich so ein Panorama amerikanischer «Ver-rückungen».

Das Amerika der Jahrtausendwende: mittelalterlich und hypermodern

Das zeitgenössische Reden über Amerika in den Zeitungen geschieht im Rahmen einer Entwicklung, die in den letzten zehn Jahren eingesetzt hat: der Kulturalisierung im gesellschaftlichen Diskurs. 1993 stellte der schwedische Sozialanthropologe Ulf Hannerz fest: «Suddenly people seem to agree with us; culture is everywhere. Immigrants have it, business corporations have it, young people have it, women have it, even ordinary middle-aged Swedish men may have it, all in their own versions. Where such versions meet, the talk is of <culture shock> and <cultural collisions>. We see advertising for <bed culture> and <ice cream culture>, and something called <the cultural defense> is under debate in jurisprudence.»⁶¹ Seitdem ist die «Hinwendung zum Kulturellen» nicht mehr zu übersehen: Wolfgang Kaschuba konstatierte 1995 eine erhöhte Aufmerksamkeit, die dem Stichwort «Kultur» in den letzten Jahren zuteil geworden sei und verweist auf ähnliche Tendenzen auch im wissenschaftlichen Betrieb: «Wolf Lepenies spricht zu Recht von einer <anthropologischen Wende> in den Human- und Geisteswissenschaften, die zunehmend Raum greift und die sich als gesteigertes Interesse an <Kultur> auch in den Medien wie auf dem Arbeitsmarkt positiv niederschlägt.»⁶² Eine Folge dieses «Cultural turn» in den öffentlichen Diskursen ist die wachsende Anzahl von Zeitungsberichten, die sich mit Alltagskultur im allgemeinen und dem alltagskulturellen Amerika im besonderen befassen. Dadurch rückt die «Kultur im Erdgeschoss»⁶³ in den Blickpunkt einer grösseren Allgemeinheit; das Argument «Kultur» gewinnt in den aktuellen Debatten an Bedeutung. Karsten Voigt, Koordinator im deutschen Auswärtigen Amt für die deutsch-amerikanische Zusammenarbeit, antwortete kürzlich auf die Frage eines Journalisten, ob denn nicht gerade jetzt die kulturellen Differenzen zwischen Europa und den USA nicht immer deutlicher würden, mit dem Verweis auf das Produzieren von Differenz über die «Kultur»: «Diese kulturellen Unterschiede hat es immer gegeben, sie werden nur heute bewusster. [...] Jetzt werden bestimmte kulturelle Differenzen auch aufgeplustert. Ich muss sagen, dass ich mich im jüdisch-liberalen Milieu in New York und San Francisco mehr zu

Hause fühle als unter den deutschen Schuhplattler-Emigranten im Mittleren Westen. Ich kann nicht sehen, dass die Scheidelinien durch den Atlantik laufen.»⁶⁴

Mit dem «cultural turn» der 1990er-Jahre und der damit einhergehenden Entdeckung des Alltagskulturellen durch die Zeitungsproduzenten erschlossen sich dem (medial vermittelten) Reden über Amerika neue Inhalte. Zwar wurden amerikanische Alltagspraxen in Europa schon lange vorher thematisiert, stereotypisiert oder idealisiert, doch die Stetigkeit und Häufigkeit, mit denen die deutschsprachigen Printmedien um die Jahrtausendwende das «alltägliche Amerika» auf die Traktandenliste der öffentlichen Aufmerksamkeit setzen, ist ein Novum und bringt neuartige Qualitäten der öffentlichen Darstellung Amerikas mit sich. So ist in den letzten paar Jahren unter dem Vorzeichen des Alltäglichen ein Kanon von Amerikabildern entwickelt worden, der von breiten Bevölkerungsteilen rezipiert wird. Innerhalb dieser aktuellen Zuschreibungen spielt der Begriff «Kultur» (nach wie vor) eine zentrale Rolle – allerdings kaum mehr in seiner traditionellen Prägung als Dachbegriff für bildungsbürgerliche Ideale, sondern vielmehr im Sinne einer Chiffre für typische (meist national gedachte) Techniken der alltäglichen Lebensbewältigung. «America bashing» – das «Herumhacken» auf Amerika – gehört in der Zwischenzeit zum Allgemeingut vieler Bevölkerungsgruppen, seien es nun gebildete Akademiker oder Angestellte mit Volksschulabschluss. «Hand aufs Herz», meinte die «Neue Zürcher Zeitung» kürzlich ganz offen: «Wer hat sich noch nie zu vorgerückter Stunde der Frotzelei über *shocking America* [kursiv im Orig.] hingegen, mit dem kopfschüttelnden Einverständnis darüber, wie ganz anders wir Europäer doch sind?»⁶⁵ Vom «Blick» bis zur «Neuen Zürcher Zeitung», von der «BILD-Zeitung» bis zur «Süddeutschen Zeitung» werden die «Absonderlichkeiten» der amerikanischen Ess-, Gewalt- oder Rechtskultur mal genüsslich zerpfückt, mal mit geharnischter Kritik eingedeckt – in verschiedener inhaltlicher Tiefe und mit unterschiedlichem stilistischem Schliff zwar, doch meist in grundsätzlich identischer Stossrichtung: «Amerikanische Kultur» wird als entfesselt, enthemmt, übertrieben, ins Ungute gesteigert oder als exzessiv dargestellt; im Vergleich zur europäischen Norm (respektive was darunter verstanden und auch propagiert wird) muss sie zwangsläufig als Extremform erscheinen. Die «Zeit» hat diesen Grundkonsens in einem Nebensatz treffend auf den Punkt gebracht: «Amerika», so liess die Zeitung verlauten, sei da, «wo es bekanntlich immer einen Zacken schlimmer zugeht als bei uns.»⁶⁶

Die Extremisierung des Amerikanischen funktioniert in den Zeitungstexten über bestimmte Attribute, die den (ausgewählten) Äusserungen amerikanischer Alltagskultur anachronistischen Charakter zuschreiben. Sie lassen sich in der Gesamtsicht zwei wesentlichen, diametral entgegengesetzten Polen zuordnen: mittelalterlich und hypermodern. So gilt der amerikanische Umgang mit Kindern oder Straftätern auf der einen Seite als unreif, rückständig und unterentwickelt. Im «Fall Raoul» sahen zahlreiche Kommentatoren ein Paradebeispiel für «Amerikas vor-

modernes Verhältnis zur Sexualität»⁶⁷, worauf aus den Leserbriefen prompt das Echo zurückhallte, die Amerikaner seien eben «moralisch-emotional [...] im Mittelalter stecken geblieben»⁶⁸. Am Exempel des berüchtigten Sheriffs aus Arizona, der die Strafgefangenen in alten Militärzelten einquartiert, wird auf die «mittelalterliche Demütigung»⁶⁹ verwiesen und die Todesstrafe entspricht dem «Lynchen wie im Mittelalter»⁷⁰. Auf der anderen Seite erscheinen über Strassen kreisende Helikopter, die Unfälle abfilmen, oder Fernsehsendungen, in denen Nachbarschaftszwiste abgeurteilt werden, als übersteigert, übertrieben und letztlich ausser Kontrolle geratend. Sie werden als Konsequenz einer «Orgie der Modernität»⁷¹ verstanden, die nirgends so zur Entfaltung komme, wie in diesem «hypermodernen Amerika».

Diese beiden polar angelegten Interpretationsmuster haben verschiedene Vorgeschichten:

Eine lange Tradition weist jene Argumentationslinie auf, in der Amerika als Ausbund der Moderne und Verderber der Welt angeklagt wird; sie reicht in ihren Anfängen bis zu Jacob Burckhardt zurück. Im Kontext der «Amerikanismus»-Debatte der zwanziger Jahre verfestigte sich der Ruf Amerikas, der Ort vorbehaltloser und bindungsloser Modernität zu sein⁷² – wobei unter «modern» schon damals sehr viele (verschiedene) Erscheinungen subsummiert wurden: Materialismus, Rationalität, Grösse, Mechanisierung, Standardisierung, Automatisierung, Technokratie, Uniformität, Pragmatismus, Reformierung, Optimismus, Spontaneität, Grosszügigkeit, Offenheit, Demokratie, und anderes mehr.⁷³ Trotz durchaus umstrittenen Einschätzungen und Bewertungen dieser einzelnen, modernen Äusserungen hielt sich über die Jahrzehnte hinweg dennoch ein generelles Unbehagen an der amerikanischen «Hypermoderne». Wenn heute jemand sage «In Amerika gibt es das schon», dann «durchschauert es den klar denkenden Menschen»⁷⁴, meinte kürzlich die «tageszeitung». Denn danach folge meist die umständliche Beschreibung eines nutzlosen Apparates oder der neuesten Trendsportart mit -ing am Ende. Bis heute verkörpern die Vereinigten Staaten von Amerika wie kein anderes Land «die Desinkarnation und die damit zusammenhängende Zuspitzung und Radikalisierung der Eigenheiten unserer europäischen Kulturen»⁷⁵. In dieser Rolle kommt ihnen eine Schwarzpeter-Funktion zu, zumal sich ein «Moloch der Moderne»⁷⁶ geradezu anbietet, für den «Verlust vertrauter Lebenswelten und tradierter Gewissheiten»⁷⁷ verantwortlich gemacht zu werden. «Amerika» wird hier zum Paradigma der Entfremdungserfahrungen der Moderne, zum hässlichen Antlitz, das eine zu weit getriebene Modernisierung mit sich bringe. Gerät dieses «hypermoderne Amerika» mit dem Eigenen in Berührung, sind diejenigen Stimmen nicht weit, die darin verderbliche Amerikanisierungstendenzen erkennen und einer vermeintlichen kulturellen Entfremdung das Wort reden. «Was Europäer an der Modernisierung ablehnen», gab Frank Trommler zu bedenken, «etikettieren sie als <amerikanisch>. Europa scheint Amerika und den Amerikanismus als ein Ventil für seine Schwierigkeiten zu benutzen, mit den entfremdenden Wirkungen der Modernisierung fertigzuwerden»⁷⁸.

Ganz im Gegensatz zum «hypermodernen Amerika» geht dem aktuellen Interpretationsmuster des «mittelalterlichen Amerika» offenbar keine solche historische Argumentationslinie voraus. Es scheint sich erst in den letzten paar Jahren etabliert zu haben – analog zum «cultural turn» im allgemeinen und der Hinwendung zum Alltäglichen in den Zeitungen im besonderen. Jedenfalls vermögen diese beiden an und für sich widersprüchlichen, attributiven Zuschreibungen zur Zeit problemlos nebeneinander zu bestehen, wohl nicht zuletzt auch deshalb, weil sie in einem stetig näher zusammenrückenden Europa eine bestimmte Signalfunktion ausüben vermögen.

Differenz durch Kultur – Einheit durch Kultur

Ludwig Marcuse hat in den fünfziger Jahren einmal bemerkt, dass sich Amerika schon allein deshalb zum idealen Sündenbock für die eigene Selbstentfremdung eignen würde, weil es überall da sei.⁷⁹ In seiner Eigenschaft als jedermanns mächtiger, zu sichtbarer Nachbar sei es geradezu prädestiniert, besondere Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. An dieser Konstellation änderte sich in den letzten fünfzig Jahren kaum etwas: «Geht es um Amerika», bringt die «Neue Zürcher Zeitung» die heutige Befindlichkeit treffend auf den Punkt, «reagiert Europa direkter und empfindlicher [als bei anderen Kontinenten; Anm. d. Verf.]. Die Empörung ist moralisch gefärbt, denn die USA gehören nicht nur zum westlichen Kulturkreis, sie dominieren ihn.»⁸⁰ Auseinandersetzungen über Amerika sind längst Teil des Repertoires europäischer Selbstverständigungsdebatten geworden, sie haben allerdings gerade in den letzten Jahren wieder merklich zugenommen – nicht zuletzt auf dem Feld alltagskultureller Diskurse. Im Zuge dieser Entwicklung gewinnt ein traditionelles Paradigma im Reden über Amerika an neuer Durchschlagskraft: das Modell der europäischen Gegenwelt. Zeitungen vermitteln über ihre (besonders im Sektor der Alltagskultur) selektiv ausgewählten Inhalte verstärkt die Vorstellung einer der europäischen Zivilisation entgegengesetzten amerikanischen Kultur, deren Praxen sich von den eigenen nicht nur sonderbar abheben, sondern auch mit den eigenen Werthorizonten in (mehr oder weniger unversöhnlichem) Kontrast stehen. Hätte sich der «Fall Raoul» in Afrika oder Asien zugetragen, schrieb eine Kommentatorin, «würde man sich in Europa bemühen, eine fremde Kultur zu verstehen, deren Werte nicht mit den eigenen übereinstimmen»⁸¹. Heisst die Protagonistin in solchen Fällen aber Amerika, dann verschiebt sich der Akzent weg vom Verstehen und hin zum Abgrenzen: Das Reden über Amerika in der Presse ist ein Reden über die Differenz.

Die Betonung dieser kulturellen Differenz – der «Tages-Anzeiger» schreibt in Anlehnung an den innerschweizerischen «Röschi-Graben» sogar von einem «Cheeseburger-Graben»⁸² – geht nicht selten einher mit mehr oder weniger direkt geäußerten Appellen an eine «europäische Wertegemeinschaft». In den 1980er-

Jahren vermerkte Frank Trommler noch vorsichtig, dass es so aussehe, «als ob Europa Amerika benötige, um ein klar umrissenes Bild seiner selbst zu bewahren.»⁸³ Anderthalb Jahrzehnte und zahlreiche Zeitungsartikel über die «verrückte Gesellschaft» jenseits des Atlantiks später ist «Amerika» aus der europäischen Selbstvergewisserungs-Rhetorik nicht mehr wegzudenken. Das Ende des «Kalten Krieges» hat in der Zwischenzeit unübersehbare Erosionen im transatlantischen Verhältnis mit sich gebracht, zwischen Europa und Amerika scheint gar das Ende der fast fünfzig Jahre geltenden Selbstverständlichkeiten angebrochen zu sein⁸⁴: Mit der Auflösung des Ost-West-Konfliktes als strategische Hauptdeterminante, dem partiellen Aufbrechen des politischen Modells nationaler Souveränität, der geplanten Integration osteuropäischer Staaten in die EU oder dem Modernisierungsdruck aufgrund wirtschaftlicher Globalisierung, ergeben sich einschneidende Veränderungen der weltpolitischen Rahmenbedingungen, die eine Gewichtsverlagerung innerhalb der europäisch-amerikanischen Beziehungen nach sich ziehen. Dabei bekommen es die USA mit einem Europa zu tun, das seit den 1990er-Jahren seine eigene Emanzipation stärker und bestimmter als zuvor vorantreibt: Der Prozess der politischen, aber auch kulturellen «Europäisierung» erreichte in den letzten Jahren neue Ebenen und Intensitäten; Vereinheitlichungs- und Homogenisierungstendenzen greifen in den verschiedensten Bereichen.⁸⁵ Als treibende Kräfte dieses Prozesses fungieren die europäischen Eliten (Topmanager, Experten, Eurokraten, Politiker, Intellektuelle), die neue gemeineuropäische Identitätsangebote produzieren.⁸⁶ Der Soziologe Richard Münch sieht hier eine generelle Verlagerung von Identitätszurechnungen von der nationalen auf die europäische Ebene im Gange, allerdings in einer Dialektik von Identitätsgewinn und Identitätsverlust, die auch starke Gegenbewegungen in Gestalt von «Re-Nationalisierung» oder «Re-Regionalisierung» hervorbringe. Europäische Identitätsbildung geschehe, so Münch, einerseits durch innere Homogenisierung der materiellen Lebensverhältnisse, des Rechts, der Solidarität und der Kultur, und andererseits durch Unterscheidung nach aussen. In letzterem Fall dient «Amerika» den «Europäisierern» als (meist negativ besetzte) Kulisse, vor der das im Entstehen begriffene «Projekt Europa» umso schärfere Konturen entwickeln kann. Durch das Ausgrenzen der Nichtdazugehörigen, der Distanzierung und Absetzung vom Fremden – im Sinne eines Prozesses der kulturellen Kompromissfindung, der zu einer «sozialen Schließung» (Max Weber) führt⁸⁷ – wird «europäische Einheit» laufend hergestellt. Sie gründet auf der Zustimmung aller durch eine gemeinsame Öffentlichkeit aufeinander bezogenen Akteure, welche die kulturellen Standards, sozialen Normen und die Weltdeutungsmuster aushandeln, klassifizieren und für gültig befinden. Die europäische Amerika-Aversion kann deshalb als situationsübergreifende Übereinkunft verstanden werden: «Amerika» ist der grösste gemeinsame Nenner, auf den die «Europäisierer» Bezug nehmen können, um sich gegenseitig ihrer Werte zu versichern. Eine zentrale Rolle in diesen interessengeleiteten Aushandlungsprozessen kommt den (deutschsprachigen) Zeitungen zu, die ein wichtiges Forum für die Modulierung eines europäischen Selbstverständnisses sind. Insbesondere in der

schweizerischen Presse zeigt sich diese Bezugnahme auf europäische Kultur oder Werte relativ ausgeprägt, obwohl – oder vielleicht gerade weil – das Land zum politischen Europäisierungsprozess (noch) Distanz hält. Zeitungen sind insgesamt bedeutende Produzenten und Träger eines «institutionalisierten Konsenses»⁸⁸ über die «europäische Einheit» sowie über «Amerika» – in ihren Spalten entsteht die «imagined community» eines homogenen Europas, und in ihren Spalten entfaltet die «imaginierte Unkultur» eines dekadenten Amerikas grösste Wirkungen.

Vom Verschwinden des Sozialen

Ein bemerkenswerter Artikel über die Haltung vieler Deutscher gegenüber den USA ist 1999 in der «tageszeitung» erschienen (angeregt von einer Meldung der Deutschen Presse-Agentur, in der sich der Autor offenbar über den amerikanischen Lebensstil mokiert hatte):

«Es mag die westfälische Kleinstadt, in der man lebt, noch so vor Idylle strotzen: Irgendwann zieht es einen hinaus in die weite Welt. Jahaa. Und warum eigentlich nicht mal in die Vereinigten Staaten von Amerika? [...] Über mein Vorhaben informiert, erwiesen sich verblüffend viele Bekannte als intime Kenner der USA. Ich erfuhr, dass der durchschnittliche Nordamerikaner zwei Schusswaffen hat und etwa doppelt so viele Sprünge in der Schüssel; beliebteste Sportart ist folgerichtig der Amoklauf, wir sehen's doch auch dauernd in der Tagesschau. Ich hörte aus berufenen Mündern, dass Amerikaner Wege von mehr als einer Viertel Meile ausschliesslich mit dem Auto zurücklegen, freilich nur, wenn kein Flugzeug bereitsteht. Besonders gewöhnungsbedürftig, so hiess es weiter, sei die amerikanische Freundlichkeit. Freundlichkeit in Anführungsstrichen. Es könne passieren, dass Amerikaner einen zu sich nach Hause einluden, damit aber lediglich ausdrücken wollten, sie fänden ihr Gegenüber immerhin in einem solchen Masse sympathisch, dass sie es nicht auf der Stelle abknallten. Muss man wissen! Ach, und: Touristen ohne Baseballkappe und 40 Pfund Übergewicht werden gar nicht erst reingelassen in die USA. Übergewicht ist drüben nämlich obligatorisch.

Dieser Tage hat sich die Deutsche Presse-Agentur der Sache angenommen. «Die Amerikaner essen und trinken, wo sie nur können», schreibt ihr Mitarbeiter Herr Schmale – sogar beim Kirchgang. Im Auto sowieso – wenn sie nicht im Flugzeug sitzen, wie gesagt. Wer bereits jetzt «Oh, mein Gott!» o.ä. ausruft, der möge Folgendes zur Kenntnis nehmen: Verzichten wir Deutschen allenfalls unter Androhung ewigen Hinterwäldlertums auf unsere Mark, so verzichten die Amerikaner freiwillig auf raschelndes, klimperndes Geld im Ganzen und überhaupt – sie zücken beim Haus- wie beim Brötchenkauf die Goldene Visa-Karte. Oder den Revolver, der als bargeldloses Zahlungsmittel ebenfalls anerkannt ist. Alles in allem: Graulich. [...] Dies (und manches Weitere) eröffnet uns die Deutsche Presse-Agentur. Die hätte sonst den Herrn Schmale ja auch nach Westfalen schicken können.»

(Die tageszeitung, 5. August 1999, S. 16, «Selbst beim Kirchgang und im Auto sowieso: Kommentar von Andreas Milk»)

Dieser Kommentar ist deshalb besonders erwähnenswert, weil er etwas leistet, was die allerwenigsten Zeitungsbeiträge tun: Er thematisiert mit (selbst-)kritisch-ironischem Blick das in Deutschland weitverbreitete Amerikabild. Klischees werden entlarvt, «america bashing» sogar als überhebliches bis arrogantes Suhlen in Vorurteilen gebrandmarkt. Solch gezieltes Infragestellen des eigenen Umgangs mit stereotypen Zuschreibungen bleibt allerdings im Konzert der Pressestimmen über «Amerika» eine grosse Ausnahme, die allenfalls noch in einer Handvoll anderer Beiträge Entsprechungen ähnlicher Art findet.⁸⁹ Ansonsten gilt, dass reflexive Überlegungen bezüglich des «Machens» von Amerikabildern keine Rolle spielen.

Diese Ausblendung hat Konsequenzen: Was eigentlich eine höchst selektive Auswahl mit einigen wenigen thematischen Fokussierungen auf bestimmte Erscheinungen des amerikanischen Alltags ist, hinter der durchaus handfeste ideelle, politische oder soziale Interessen der «Europäisierer» stehen, gerät in der medialen Präsentation – in der sich stetig wiederholenden Aufbereitung ähnlicher Motive – zu einem Gesamtbild der amerikanischen (Alltags-)Kultur. Mentalitäten, Moralvorstellungen oder Lebensarten und -stile werden hier «kulturalisiert», das heisst mit dem Begriff «Kultur» (vermeintlich) erschöpfend erklärt – mit dem strategischen Ziel, eine «starke Bindungskraft nach innen und hohe Legitimationskraft nach aussen»⁹⁰ zu erzeugen. Wolfgang Kaschuba hat diese Instrumentalisierung von Kultur, die in den letzten Jahren in den öffentlichen Diskursen merklich an Bedeutung gewann, «Kulturalisierung»⁹¹ genannt: Das Reden über Geschichte, Gesellschaft und Politik, so Kaschuba, finde in Teilen der wissenschaftlichen wie der öffentlichen Diskussion oft nurmehr «in terms of culture» statt. Innerhalb dieser Diskursstrategie werde «Kultur» zunehmend gegen «Gesellschaft» auszuspielen versucht, so dass die sozialen Bedingungen gesellschaftlicher Prozesse marginalisiert oder gar vollständig verdrängt würden: «Man kann heute [...] von einem «Verschwinden des Sozialen im gesellschaftlichen Diskurs» sprechen»⁹². Die aktuellen Zeitungsartikel über «Amerika» liefern dafür erstklassiges Anschauungsmaterial: Den dort beschriebenen amerikanischen Alltagspraxen kommt in der Regel der Status kulturell verfestigter Ausdrucksformen zu. Es wird (unterschwellig oder explizit) suggeriert, dass beispielsweise die Geschehnisse um Raoul Wüthrich ausschliesslich mit der «amerikanischen Rechts-, Kinder-, oder Körperkultur» zu tun hätten, oder dass die Anwendung der Todesstrafe in der «amerikanischen Gewalt- oder Rachekultur» gründen würde; hingegen werden die sozialen Handlungsspielräume meist übersehen, in denen sich diese «alltäglichen Kulturen» formen und konstituieren, in denen soziale Akteure ihre Interessen vertreten und durchsetzen.

«Kultur» erscheint deshalb im aktuellen Reden über Amerika als etwas fest Gegebenes, nicht als etwas stetig neu Machbares. Nur in den seltensten Fällen haben die Berichterstatter und Kommentatoren der Zeitungen in ihren Abhandlungen und Hintergrundanalysen auch auf das Prozesshafte der besprochenen alltagskulturellen Erscheinungen verwiesen – obwohl hier durchaus Erklärungspotential liegen würde: Die vielen Europäern so mittelalterlich anmutende Vollstreckung der Todesstrafe in zahlreichen Bundesstaaten zum Beispiel ist kein Relikt aus alten Zeiten, sondern in dieser Form eine Entwicklung, die in den USA ab den 1970er- Jahren einsetzte (1972 wurde die Todesstrafe durch ein Urteil des Obersten Gerichtshofes der USA generell abgeschafft, 1976 vor allem auf Drängen einiger Südstaaten aber wieder eingeführt; seitdem haben sie insgesamt 37 Staaten wieder in ihr Strafrepertoire aufgenommen). Ähnliches gilt auch für die Strafnormen für Jugendliche: Der vielzitierte «Krieg gegen die Kinder», in Europa vielerorts als bittere Frucht des Puritanismus interpretiert, gehört historisch gesehen hauptsächlich in die 1990er-Jahre. Erst in den letzten paar Jahren setzten sich in vielen Gliedstaaten repressive Änderungen in der Jugendgerichtsbarkeit (die im

wesentlichen analog zu vielen europäischen Staaten etwa hundert Jahre alt ist) durch. Teilweise wurden die Strafgesetze für Jugendliche – in der Absicht, abschreckende Wirkung zu erzeugen – sogar so gut wie ganz abgeschafft: «You do adult crime, you do adult time», lautet der Leitspruch dieser neuen Entwicklung, den der Gouverneur von Pennsylvania auf dem Parteitag der Republikaner 1996 geprägt hatte.

Von Abneigungen und Aneignungen des «Amerikanischen»

Wolfram Knorr attestierte den Europäern kürzlich ein merkwürdiges Verhältnis Amerika gegenüber: «Man reist zwar gerne in die USA, nimmt auch habituelle Züge der Amerikaner an, schmückt seine Umgangssprache mit Amerikanismen und versucht sich dennoch von amerikanischem Kulturgut zu distanzieren. Man meckert über amerikanische Filme, will aber kaum einen versäumen. Man findet amerikanische Spannungsliteratur zwar «oberflächlich», will aber dann doch (im Urlaub!) auf eine solche Lektüre nicht verzichten. Man findet die McDonaldisierung schrecklich, ist aber von ihr längst infiziert. Man findet Disneyland grauenvoll, erzählt aber begeistert vom Besuch in Orlando.»⁹³ Offensichtlich sind im gesellschaftlichen Umgang mit dem «Amerikanischen» verschiedene Bedeutungen entwickelt worden, die je nach dem von Affinitäten, Aneignungen, Abneigungen oder Aversionen geprägt sein können. Das Reden über Amerika soll hier deshalb abschliessend als *eine* von vielen kulturellen Alltagspraxen verstanden und eingeordnet werden.

Die aktuellen Darstellungen Amerikas in den deutschsprachigen Zeitungen sind als negatives Abbild des Eigenen respektive als Konstruktion des Anderen lesbar. Mit der Distanzierung von so genannten amerikanischen Verhältnissen verfestigt sich gleichzeitig der öffentliche Konsens über die «europäische Lebensart». Das Reden über Amerika steht also im Dienste bestimmter sozialer und kultureller Strategien: Als Instrument der europäischen Selbstvergewisserung und -versicherung sowie der Homogenisierung nach innen und der Abgrenzung nach aussen modelliert es die Deutung und Ordnung von Wirklichkeit. Die Bilder des alltäglichen Amerika, die von den jeweiligen Wortführern ständig von neuem hergestellt, reproduziert und verbreitet werden, sollen nicht etwa die Wirklichkeiten der USA abzeichnen, sondern als Argumente im politischen und gesellschaftlichen Diskurs funktionieren. Dabei hat sich in den letzten fünfzig Jahren eine Lesart von «Amerika» besonders deutlich durchgesetzt, nämlich diejenige, die im Land jenseits des Atlantiks den Inbegriff von «Kulturlosigkeit», «Unkultur» oder «verrückter Gesellschaft» sieht und ihm die Rolle des «Sündenbocks» oder der «Schiessbudenfigur» zuweist.⁹⁴ Seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts (zunächst vor allem im Kontext einer «Amerikanisierung» der eigenen Populärkultur, dann verstärkt in Bezug auf die medial vermittelten Absonderlichkeiten des amerikanischen Le-

bens) wird das öffentliche Reden über Amerika jedenfalls im Grossen und Ganzen von einem Grundton der Abneigung und Ablehnung beherrscht.

Es gilt allerdings, diese aktuelle europäische Aversion gegenüber Amerika in einen grösseren Kontext zu stellen. «Amerika» existiert natürlich nicht nur in den Zeitungsspalten, es findet ausserdem noch in anderen Bereichen des Alltags statt. Von den einsamen Cowboys oder «toughen Businessfrauen» in Kino, Fernsehen und Werbung über die Basket-, Base- und Football-Helden mit ihrer «coolen» Sportswear bis zu den «stylistischen» Hip-Hopern und Rappern auf MTV und VIVA erstrecken sich zahlreiche Modelle amerikanischer Lebensstile, denen mitunter auch positiv konnotierte Bedeutungen zufallen können. Zu Recht haben Beobachter betont, dass breite Bevölkerungsgruppen jenseits der bildungsbürgerlichen, kulturellen Elite oft ein viel unverkrampfteres Verhältnis zur amerikanischen Populärkultur entwickelt haben, dass sie entweder «much more attracted to the American way of life»⁹⁵ seien oder aber «seldom thought or cared much about America»⁹⁶. «Rien de plus populaire [...]», stellte Pascal Ory schon für das Frankreich der 1930er-Jahre fest, «que le cinéma américaine, rien de plus répandu dans la musique de danse que les rythmes «syncopés» d'un jazz d'ailleurs aussi édulcoré, «blanchi» aux Champs-Élysées qu'à Broadway, etc.»⁹⁷ Dieses andere, populäre «Amerika» wird ganz offensichtlich mit einem Lebensstil in Verbindung gebracht, von dem sich viele Menschen angezogen fühlen. Die Kritiker der «Amerikanisierung» haben jahrzehntelang die Gefahr einer Durchdringung der eigenen Kultur beschworen. Sie führten die flotte Rede von der Coca-Colonisation Europas im Munde⁹⁸, oder prangerten die «Disneyfizierung Europas» an. Im Kontext eines «Prozess[es] der Internationalisierung»⁹⁹ sprachen wissenschaftliche Analytiker von «wesensfremden Schichten»¹⁰⁰, die auf dem Heimatlichen aufliegen würden. «Amerikanisierung» wurde nicht zuletzt auch als Geschichte der importierten Objekte geschrieben, was zu langen Auflistungen der aus den USA übernommenen Gegenstände führte: Jeans, T-Shirt, Nike- und Reebok-Joggingschuhe, Oversized Sportswear, Baseball-Cap, Büstenhalter, Reissverschluss; Hamburger, Coca-Cola, Hot Dog, Ketchup, Dosenbier, Fischstäbchen, Kaugummi, Popcorn; Barbie, Teddybär, Deodorant, Fernsehapparat, Rasierapparat, Radio, Telefon, Fotokopierer, Geschirrspülmaschine, Waschmaschine, Klimaanlage, Kühlschrank, Kugelschreiber, Langspielplatte, Mikrowelle, Musikbox, Rolltreppe, Skateboard, Wasserski, etc.¹⁰¹ – ihre massenhafte Verbreitung verstanden viele als untrügliches Zeichen des grossen, letztlich überbordenden Einflusses Amerikas auf Europa. Bereits anfangs der 1950er-Jahre haben Untersuchungen eines schweizerischen Marktforschungsinstituts nachgewiesen, dass gerade diejenigen Objekte, die mit dem «American Way Of Life» assoziiert werden konnten, sich grösster Beliebtheit erfreuten und in zunehmendem Mass gekauft wurden¹⁰² – für Kulturkritiker ein betrüblicher Ausdruck der Vereinnahmung der eigenen Kultur. Doch was sagt der kommerzielle Erfolg von elektrischen Haushaltsgeräten oder der wachsende Konsum von Fast-Food-Menüs eigentlich über kulturelle Prozesse aus? Kann hier tatsächlich von

einer Durchdringung nationaler Kulturen durch amerikanische Massen- oder Populärkultur ausgegangen werden? Der Volkskundler Richard Weiss hat schon kurz nach dem Zweiten Weltkrieg gefordert, dass die Beschäftigung mit dem «Volkskulturellen» besonders darauf ausgerichtet sein sollte, die «Dinge in bezug auf ihre Funktion im Volksleben»¹⁰³ zu betrachten: «Nicht die Tracht als solche ist Gegenstand volkskundlicher Trachtenforschung, auch nicht der Träger allein, sondern das Tragen, d.h. der Gebrauch, die Funktion der Tracht; ebensowenig hat es die Volkskunde zu tun mit den Speisen allein, auch nicht mit dem Essenden allein, sondern mit dem brauchmässigen Essen – nicht mit dem Brauch, nicht mit dem Brauchträger, sondern mit dem «Brauchen», der Ausübung und Bedeutung des Brauches [...]»¹⁰⁴ Ganz in diesem Sinne geht es in einer volkskundlich/europäisch-ethnologischen Perspektive auf die Prozesse der «Amerikanisierung» vor allem um das «Brauchen» Amerikas: um den konkreten Umgang mit dem Amerikanischen in der kulturellen Alltagspraxis. Gerade das populäre «Durchdringungs-Modell» bietet einen Ansatzpunkt, um sich kritisch mit dem sich unter dem Label «Amerikanisierung» vollziehenden Vorgang der Veränderung auseinanderzusetzen. Kaspar Maase meinte, man sollte die «Amerikanisierung» als «den gewichtigsten Spezialfall internationalen kulturellen Austauschs behandeln»¹⁰⁵. Unter der Voraussetzung, dass die Vereinigten Staaten weltweit seit den 1920er-Jahren die messbaren internationalen Ströme von Kulturwaren und Trends dominieren, entwickel(te)n auch europäische Gesellschaften ihre kulturellen Strategien gegenüber den amerikanischen Importen. «Amerikanisches» wurde und wird in einem «Prozess der Aneignung»¹⁰⁶ aktiv «verarbeitet»: «Güter und Verhaltensweisen werden eingebaut in die Lebensweise der Aufnehmenden und damit in ein kulturelles Feld von Traditionen, Wahrnehmungs- und Bewertungsmustern, Zeichen und Distinktionsbezügen. Die Bedeutung dessen, was man als Amerikanisierung bezeichnet, wird erst produziert in den Diskursen und Auseinandersetzungen der jeweils rezipierenden nationalen Kultur.»¹⁰⁷ Es geht hier also nicht um das blosses Übernehmen fremder Kulturformen, sondern vielmehr um Adaptionen, Umdeutungen und Verweigerungen, um einen «change brought about by selection and adaption»¹⁰⁸. Elemente aus der amerikanischen Alltagskultur werden von bestimmten sozialen Akteuren nicht nur übernommen, sondern ihren jeweiligen Bedürfnissen entsprechend geformt und mit eigenen Bedeutungen versehen. Das Essen eines Hamburgers ist deshalb mehr als blosser Kulturimport: Es ist die aktive Aneignung eines fremdartigen Kulturelements: die «Anverwandlung» des «American Way Of Life».

Eine volkskundliche Betrachtung der Amerikanisierungsprozesse muss deshalb danach streben, die «Sinnhorizonte und symbolische[n] Ordnungen zu rekonstruieren, innerhalb derer es für bestimmte Gruppen nützlich und angebracht erschien, zu Praktiken und Dingen zu greifen, die wir in der historischen Vogelschau unter Amerikanisierung rubrizieren»¹⁰⁹. Aneignungen des «Amerikanischen» gehen in dieser Perspektive einher mit den Strategien einzelner sozialer Gruppierungen, die sich bestimmter kultureller, amerikanischer Verhaltensmuster bedienen, sie für

ihre Zwecke adaptieren und einsetzen. Anhand von zwei Beispielen soll dieser «ausgeprägte Sozialcharakter der Amerikanisierungsweisen»¹¹⁰ hier etwas genauer illustriert werden: Das erste Beispiel bezieht sich auf einen gesellschaftlichen Prozess, den seine Kritiker mit dem abwertend gemeinten Etikett der «Kulturfeminisierung» versehen haben. In den 1920er-Jahren wurden aus Amerika neue Bilder von Frauen und ihrer gesellschaftlichen Rolle vermittelt, die vor allem im urbanen Europa auf fruchtbaren Boden fielen. Diese amerikanischen Modelle der «neuen Frau» oder der «Filmdiva» dienten insbesondere jungen, unverheirateten Frauen als Vorbilder für die Verwirklichung eines eigenen, modernen Lebensstils. Es entwickelte sich «eine (ausdrücklich amerikanisierte) «Girlikultur»¹¹¹ mit ihren prototypischen Trägerinnen: den «jungen, weiblichen Angestellten»¹¹². Dieser Typus der selbstbewussten, aufgeschlossenen, konsumorientierten Frau erschloss sich eigene soziale Räume. In den Sektoren der Industrie, des Handels und des Dienstleistungsbereichs entstanden spezifische Berufsfelder, in denen Frauen erstmalig grössere Chancen als Männer hatten, einen Arbeitsplatz zu bekommen.¹¹³ Die zeitgleiche Entfaltung der Massenmedien (Film, Radio, Illustrierte) lieferte den Frauen zudem eine neue Plattform für ihre soziale und politische Selbstartikulation, die sie für ihre Emanzipation positiv zu nutzen wussten. Die aktive Aneignung des amerikanischen Modells der «neuen Frau» ermöglichte diesen «amerikanisierten Europäerinnen» eine Erweiterung von Raum- und Zeiterfahrung respektive schuf letztlich neue Räume für die Aktivität von Frauen.

Das zweite Beispiel umfasst jenen sozialen Verhaltenswandel, den Kaspar Maase die «Amerikanisierung von unten»¹¹⁴ genannt hat. In den 1950er-Jahren entwickelten in Deutschland die so genannten Halbstarcken, zumeist männliche Arbeiterjugendliche, ihre eigenen kulturellen Ausdrucksformen – in gezielter Anlehnung an den «American Way Of Life»: In genieteten Texashosen, Lederjacken oder buntgestreiften Rollkragenpullovern brausten sie auf ihren Mopeds durch die Strassen oder hörten laute Rock'n'Roll-Musik, die für den Lebensstil eines proletarisch-«halbstarcken» Submilieus schlechthin stand.¹¹⁵ Erstmals traten die Halbstarcken 1956 ins Bewusstsein einer grösseren Öffentlichkeit, als sie im Anschluss an den Bill-Haley-Film «Ausser Rand und Band» Kineinrichtungen beschädigten und «Rock'n'Roll» skandierend durch die Innenstädte zogen. Diese Ausschreitungen waren der Auftakt zu gezielten Provokationen, die sich nicht nur gegen die älteren Generationen richteten, sondern gegen das gesamte Normensystem der kleinbürgerlichen Adenauer-Republik, und die bis 1960 zu zahlreichen, kaum abreissenden alltäglichen Auseinandersetzungen führten. «Amerikanisierung» verband sich hier mit jugendlicher Selbstbehauptung und mit der Verteidigung des Selbstwerts gegen die herrschende Verachtung populärer Lebensformen. Sie diente den Arbeiterjugendlichen als Instrument zur Selbstanerkennung und zur Legitimation des eigenen populären Geschmacks. Indem die Halbstarcken bestimmte populärkulturelle Insignien des «American Way Of Life» – diesem Inbegriff vom «guten Leben» schlechthin – für sich nutzten, negierten sie die Massstäbe der Gebildeten und Besitzenden für «Kultur» real und symbolisch und verschoben

somit das symbolische Kräfteverhältnis zugunsten der «einfachen Leute». Zwar stellte diese «Amerikanisierung von unten» die kulturellen Hierarchien nicht auf den Kopf, sie vermittelte aber doch die Erfahrung, dass populärer Lebensstil nicht unbegrenzt als Barbarei und Antikultur zu verteufeln war. Denn die Halbstarke wirkten als «Katalysatoren einer <amerikanisierten> Alltagskultur»¹¹⁶, die im folgenden Jahrzehnt ihren Siegeszug antreten sollte: «Abgemildert, aber gerade dadurch mehrheitsfähig, machten sich nun Mädchen sowie der Nachwuchs der Mittelschichten die Insignien des *American way of life* [kursiv im Orig.] zu eigen: Jeans und Lässigkeit, Petticoats und körperbetonte Tänze, Coca-Cola und James-Dean-Kult.»¹¹⁷ Den Weg dahin hatten ihnen jene jungen Leute aus der Arbeiterschaft gebahnt, denen «man üblicherweise nicht gerade eine kulturelle Avantgarderolle und forcierte Innovationsbereitschaft zuschreibt»¹¹⁸: Die Halbstarke waren die «erfolgreichen Protagonisten der Entwicklung, die Westdeutschland an den *American way of life and entertainment* [kursiv im Orig.] heranführte.»¹¹⁹

Der Umgang mit dem «Amerikanischen» in den europäischen Gesellschaften kann nicht auf eine einzige Formel gebracht werden. Schon allein die grosse Spannweite zwischen Amerikanophobie und Amerikanophilie verweist darauf, dass es das kulturell eingespielte Bezugnehmen auf «Amerika» stets vor dem Hintergrund bestimmter sozialer Konstellationen zu verstehen gilt. Das Ablehnen des «Amerikanischen» (wie es in den aktuellen Zeitungsberichten in der grossen Mehrzahl betrieben wird) erfüllt genauso wie das Adaptieren des «Amerikanischen» (wie es heute beispielsweise in der Hip-Hop-Szene geschieht) bestimmte Funktionen, die innerhalb der jeweiligen Trägergruppen Sinn machen. Aversion und Aneignung folgen also den je eigenen Interessen und Bedürfnissen bestimmter sozialer Akteure und haben in den europäischen Gesellschaften der Jahrtausendwende beide ihren Platz. Das Reden über Amerika in den Zeitungen muss deshalb als *eine* aktuelle, kulturelle Strategie gelesen werden, die im Zuge des näher zusammenrückenden Europas einerseits an Bedeutung gewinnt, andererseits selbst Bedeutungen schafft. Ein situationsbedingter, pragmatischer, spielerischer Umgang mit solchen kulturellen Strategien ist dabei keineswegs ausgeschlossen. So liess der französische Publizist François Forestier kürzlich augenzwinkernd verlauten: «I am convinced [the ideas of] Merleau-Ponty are still of value, but tomorrow I am going to Euro-Disneyland.»¹²⁰

Im Verlauf der Moderne haben sich zwischen Amerika und Europa – bei allen unübersehbaren Differenzen – auch zahlreiche kulturelle Verbindungen, Ähnlichkeiten und Verwandtschaften herausgebildet. Vor allem die Aneignungen von Elementen der amerikanischen Alltagskultur haben in Europa nach dem Zweiten Weltkrieg zu einer gewissen Vertrautheit mit dem «Amerikanischen» geführt. Amerikanische Populärkultur, so bemerkte der Kulturwissenschaftler Todd Gitlin pointiert, sei längst zu «everyone's second culture»¹²¹ geworden. Das «Amerikanische» wird unter Umständen auch gar nicht mehr als etwas Fremdes wahrgenom-

men, da es inzwischen zu den alltäglichen Selbstverständlichkeiten gehört. Es ist letztlich gerade diese Nähe zu «Amerika», die seine Distanz bedingt: Das Wissen um amerikanische Alltagskultur (selbst wenn es einseitig und verzerrt ist) ermöglicht erst die nachvollziehbare und somit wirkungsvolle Distanzierung. Die Anzeichen dafür, dass dieses Bezugnehmen auf Amerika – mit dem sich Differenz nach aussen und Einheit nach innen effektiv konstituieren lässt – gerade wieder in den letzten Jahren Hochkonjunktur hat, sind deutlich. Die Bezugsgrösse «Amerika» spielt zurzeit im Kontext der europäischen (Selbst-) Verständigungsprozesse eine wichtige Rolle. Sie stellt die notwendigen Reibungsflächen zur Verfügung, an denen sich das in Bearbeitung befindliche «Projekt Europa» seinen Schriff holen kann. Den Stichwortgebern des Europäisierungsprozesses – hauptsächlich den gebildeten Eliten in Politik, Wirtschaft und Wissenschaft – kommt dieses Angebot gelegen. Ihre Rezeptur zur Schaffung eines «europäischen Bewusstseins»¹²² wird jedenfalls um würzige Zutaten bereichert. Dem Reden über Amerika kommt im Prozess des «making of Europe» ein konstitutiver Charakter zu: Es benennt, beschwört und konstruiert (mehr oder weniger direkt) europäische Identität. Dabei funktionieren die Zeitungen als gewichtige Produzenten und Multiplikatoren von spezifischen, interessengebundenen Darstellungen Amerikas. Sie schaffen, prägen und verbreiten Vorstellungen einer homogenen amerikanischen Ess-, Gewalt-, und Rechtskultur oder einer «verrückten Gesellschaft», die mitunter zu heftigen Reaktionen der Rezipienten führen können. Als Kronzeugin für die Legitimierung der hergestellten Differenzen, Abneigungen und Aversionen tritt die «Kultur» auf. Sie ist der «Zauberbegriff», mit dem die Welt vermeintlich erschöpfend erklärt wird – und gerade hier, wo sich «soziale Konstruktionen von Realität»¹²³ im Namen der «Kultur» konstituieren, liegen gewichtige Kompetenzen des Fachs Volkskunde/Europäische Ethnologie. Es sei grundsätzlich, so hat schon Hermann Bausinger bemerkt, «mit einer realitätsstiftenden Wirkung von Stereotypen zu rechnen»¹²⁴ – welcher Stellenwert dem Reden über Amerika mit seinen festen Bildern in den kommenden Jahren zukommen wird und welche Wirkungen weiterhin von ihm ausgehen werden, bleibt für den volkskundlichen Blick von Interesse.

Anmerkungen

- ¹ Marcuse, Ludwig: «*Der europäische Anti-Amerikanismus*», in: Neue Schweizer Rundschau 21 (1953), Heft Nr. 2, S. 72.
- ² Freese, Peter: «America»: Dream or Nightmare? Reflections on a Composite Image. Essen 1994 (1989), S. 35.
- ³ Vgl. dazu: Lacorne, Denis; Rupnik, Jacques; Toinet, Marie-France (Hrsg.): *L'Amérique dans les têtes: Un siècle de fascinations et d'aversion*. Paris 1986.
- ⁴ Ceaser, James W.: *Reconstructing America: The Symbol of America in Modern Thought*. New Haven, London 1997, S. 245.
- ⁵ Behrmann, Günther C.: «*Geschichte und aktuelle Struktur des Antiamerikanismus*», in: Aus Politik und Zeitgeschichte 34 (1984), S. 6.
- ⁶ Vgl. dazu Norbert Elias' Soziogenese der Begriffe «Zivilisation» und «Kultur», in: Elias, Norbert: *Über den Prozess der Zivilisation: Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen*. Erster Band. Frankfurt am Main 1997 (1939), S. 89–153.
- ⁷ Vgl. dazu: Behrmann 1984, S. 7 und Ceaser 1997, S. 19f.
- ⁸ Knorr, Wolfram: *Monster, Movies, Macht & Massen. Amerikanische Kultur: 200 Jahre Lust und Last*. Zürich 2000, S. 44.
- ⁹ Burckhardt, Jacob: *Weltgeschichtliche Betrachtungen: Über geschichtliches Studium*. Historische Fragmente Leipzig 1985 (1905), S. 24.
- ¹⁰ Vgl. dazu: Stern, Fritz: «*Jacob Burckhardt: der Historiker als Zeitzeuge*», in: Stern, Fritz: *Das feine Schweigen: Historische Essays*. München 1999, S. 26.
- ¹¹ Vgl. dazu: Behrmann 1984, S. 8.
- ¹² Zitiert in: Sorman, Guy: «*Les États-Unis: Modèle ou repoussoir?*», in: Lacorne, Denis; Rupnik, Jacques; Toinet, Marie-France (Hrsg.): *L'Amérique dans les têtes: Un siècle de fascinations et d'aversion*. Paris 1986, S. 263.
- ¹³ Zitiert in: Diner, Dan: *Verkehrte Welten: Antiamerikanismus in Deutschland. Ein historischer Essay*. Frankfurt am Main 1993, S. 33.
- ¹⁴ Vgl. dazu: Trommler, Frank: «*Aufstieg und Fall des Amerikanismus in Deutschland*», in: Trommler, Frank (Hrsg.): *Amerika und die Deutschen: Bestandesaufnahme einer 300jährigen Geschichte*. Opladen 1986, S. 668.
- ¹⁵ Lüdtke, Alf; Marssolek, Inge; Saldern, Adelheid von: «*Einleitung – Amerikanisierung: Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts*», in: Lüdtke, Alf; Marssolek, Inge; Saldern, Adelheid von (Hrsg.): *Amerikanisierung: Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts*. Stuttgart 1996, S. 13.
- ¹⁶ Saldern, Adelheid von: «*Überfremdungsängste: Gegen die Amerikanisierung der deutschen Kultur in den zwanziger Jahren*», in: Lüdtke, Alf; Marssolek, Inge; Saldern, Adelheid von (Hrsg.): *Amerikanisierung: Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts*. Stuttgart 1996, S. 215.
- ¹⁷ Zitiert in: Ebda., S. 236.
- ¹⁸ Vgl. dazu: Raeithel, Gert: «*Transatlantische Beziehungskisten: Psychoanalyse einer Love-and-Hate-Story*», in: Polster, Bernd (Hrsg.): *Westwind: Die Amerikanisierung Europas*. Köln 1995, S. 248. Raeithel bezieht sich dabei auf José Ortega y Gasset's Buch «Der Aufstand der Massen» von 1929.
- ¹⁹ Vgl. dazu: Mathy, Jean-Philippe: *Extrême Occident: French Intellectuals and America*. Chicago, London 1993, S. 218.
- ²⁰ Zitiert in: Behrmann 1984, S. 8–9.
- ²¹ Vgl. dazu: Raeithel 1995, S. 248.
- ²² Vgl. dazu und zu Folgendem: Maase, Kaspar: «*Diagnose: Amerikanisierung. Zur Geschichte eines Deutungsmusters*», in: *Transit: Europäische Revue* 17 (1999), S. 83–89.
- ²³ Maase 1999, S. 86.
- ²⁴ Ebda.
- ²⁵ Ebda.
- ²⁶ Ebda.
- ²⁷ Trommler 1986, S. 673.
- ²⁸ Diner 1993, S. 28–29.
- ²⁹ Schenda, Rudolf: «*Die Zeitung als Quelle volkswissenschaftlicher Forschung: Ein Leitfaden*», in: *Württembergisches Jahrbuch für Volkskunde* 1970, S. 156–157.

- ³⁰ Brückner, Wolfgang: «*Drei unterschiedliche Erfahrungen mit Zeitungen als Quelle*», in: Beitzl, Klaus (Hrsg.): *Methoden der Dokumentation zur Gegenwartsvolkskunde: Die Zeitung als Quelle. Referate des 1. internationalen Symposions des Instituts für Gegenwartsvolkskunde der Österreichischen Akademie der Wissenschaften von 10. bis 11. Mai 1983 in Mattersburg*. Wien 1988, S. 101–102.
- ³¹ Trümpy, Hans: «*Presse und Volkskunde*», in: *Schweizer Volkskunde* 51 (1961), S. 77.
- ³² Ebda., S. 76.
- ³³ Schenda 1970, S. 158.
- ³⁴ Ebda.
- ³⁵ Die folgenden Ausführungen beruhen auf einer Analyse von etwa 250 Zeitungsartikeln aus den Jahren 1999 und 2000, die in den folgenden deutschen, österreichischen und schweizerischen Blättern erschienen sind: *Basler Zeitung* (Basel), *Neue Luzerner Zeitung* (Luzern), *Tages-Anzeiger* (Zürich), *Die Presse* (Wien), *die tageszeitung* (Berlin), *Süddeutsche Zeitung* (München), *Neue Zürcher Zeitung* (Zürich), *Bild-Zeitung* (Hamburg), *Blick* (Zürich), *Neue Kronen Zeitung* (Wien), *Die Weltwoche* (Zürich), *Die Zeit* (Hamburg). Vgl. dazu: Risi, Marius: *Reden über Amerika. Zur Vermittlung US-amerikanischer Alltäglichkeit in deutschsprachigen Zeitungen (1999–2000): Kulturalisierung im gesellschaftlichen Diskurs*. Lizentiatsarbeit an der Universität Basel, Basel 2000.
- ³⁶ *Die Presse*, 6. September 1999 («*Unterwegs*»).
- ³⁷ *Tages-Anzeiger*, 25. Juni 2000 («*Euro-Reality stürmt US-Fernsehen*»).
- ³⁸ *Die Zeit*, 9. März 2000 («*Der Krach mit Amerika*»).
- ³⁹ *Tages-Anzeiger*, 3. Juni 2000 («*Cheeseburger-Graben*»).
- ⁴⁰ *Neue Luzerner Zeitung*, 1. Juli 2000, S. 56 («*Ein Rührei am Stil gefällig?*»).
- ⁴¹ *Blick*, 17. Februar 1999, S. 20 («*Amerikanerin kocht nur einmal – für das ganze Jahr!*»).
- ⁴² *Tages-Anzeiger*, 6. März 1999, S. 9 («*McCoffee*»).
- ⁴³ *Die Weltwoche*, 5. August 1999 («*Espresso mit Kiwi-Aroma gefällig?*»).
- ⁴⁴ *BILD*, 12. August 1999 («*Amokland USA! Nazi überfiel Kindergarten*»).
- ⁴⁵ *Tages-Anzeiger*, 6. Mai 1999, S. 61 («*Bilder der Gewalt, Gewalt der Bilder*»).
- ⁴⁶ *Die Zeit*, 4. Mai 2000 («*Die Angst der Revolverhelden*»).
- ⁴⁷ *Tages-Anzeiger*, 31. Juli 1999, S. 10 («*Wieder ein Massaker in den USA – Kommentar*»).
- ⁴⁸ *Die Presse*, 6. März 1999 («*Kameraderie und Arroganz*»).
- ⁴⁹ *Neue Luzerner Zeitung*, 10. April 2000 («*Die spinnen, die Amerikaner...*»).
- ⁵⁰ *Die Presse*, 23. August 1999 («*Land der unbeschränkten Klagsmöglichkeiten – keine Vollstreckbarkeit in Österreich*»).
- ⁵¹ *Die Zeit*, 2. November 2000 («*Zwei Millionen Verdammte*»).
- ⁵² Ebda.
- ⁵³ *Blick*, 5. April 2000 («*16 Jahre Knast wegen geklauter Schokolade*»).
- ⁵⁴ *Tages-Anzeiger*, 3. April 1999, S. 55 («*Nach Amerika*»).
- ⁵⁵ *Tages-Anzeiger*, 12. Juni 1999, S. 5 («*Das amerikanische Jahrhundert*»).
- ⁵⁶ *Blick*, 11. Oktober 1999 («*Schweizer Bub (11) seit 6 Wochen in US-Gefängnis: Er half dem Schwessterchen beim «Pipi machen»*»).
- ⁵⁷ *Die Presse*, 22. Oktober 1999 («*Täter erwischen, solange sie Kinder sind: USA mit Härte gegen sexuelle Belästigung*»).
- ⁵⁸ *Neue Zürcher Zeitung*, 27. Oktober 1999, S. 65 («*Amerikas Angst vor seinen Kindern*»).
- ⁵⁹ *Die Weltwoche*, 21. Oktober 1999, S. 76 («*Krieg gegen Kinder*»); *die tageszeitung*, 21. Oktober 1999, S. 3 («*Der Krieg der Eltern gegen ihre Kinder*»); *die tageszeitung*, 21. Oktober 1999, S. 3 («*Bei Dunkelheit gilt Ausgangssperre*»).
- ⁶⁰ *Die Weltwoche*, 21. Oktober 1999, S. 74 («*Was ist erlaubt, was verboten?*»).
- ⁶¹ Hannerz, Ulf: «*When Culture is Everywhere: Reflections on a Favorite Concept*», in: *Ethnos* 58 (1993), Band I–II, S. 95.
- ⁶² Kaschuba, Wolfgang: «*Kulturalismus: Vom Verschwinden des Sozialen im gesellschaftlichen Diskurs*», in: Kaschuba, Wolfgang (Hrsg.): *Kulturen – Identitäten – Diskurse: Perspektiven Europäischer Ethnologie*. Berlin 1995, S. 12.
- ⁶³ Vgl.: Niederer, Arnold: «*Kultur im Erdgeschoss: Der Alltag aus der neuen Sicht des Volkskundlers*», in: *Schweizer Monatshefte* 55 (1975).
- ⁶⁴ *die tageszeitung*, 8. Mai 2000, S. 13 («*Nicht den Mond anbellern: Interview mit Karsten Voigt*»).
- ⁶⁵ *Neue Zürcher Zeitung*, 6. Juli 1999, S. 59 («*Alte Klischees und neue Verirrungen: Zwei neue Bücher über Amerika*»).
- ⁶⁶ *Die Zeit*, 8. August 1997 («*Das Letzte*»).
- ⁶⁷ *Neue Zürcher Zeitung*, 27. Oktober 1999, S. 65 («*Amerikas Angst vor seinen Kindern*»).

- 68 Blick, 14. Oktober 1999 («11-Jähriger in US-Knast: Eine Schande!»).
- 69 Basler Zeitung, 18. Oktober 1999, S. 3 («In «Tent City» herrscht der «gnadenloseste Sheriff der Welt»).
- 70 Bild, 24. Juni 2000 («Bianca Jagger: «Ich weinte, als ich Gary Graham sterben sah»»).
- 71 Baudrillard, Jean: Amerika. München 1995 [1986], S. 67.
- 72 Vgl. Peukert, Detlev: Die Weimarer Republik: Krisenjahre der Klassischen Moderne. Frankfurt am Main 1987, S. 179.
- 73 Vgl. dazu: Gassert, Philipp: «Without Concession to Marxist or Communist Thought: Fordism in Germany, 1923–1939», in: Barclay, David E.; Glaser-Schmidt, Elisabeth (Hrsg.): Transatlantic Images and Perceptions: Germany and America since 1776. Washington, Cambridge 1997, S. 220.
- 74 Die tageszeitung, 8. Oktober 1999, S. 22 («Das Proseminar als Download»).
- 75 Baudrillard 1995 [1986], S. 108.
- 76 Diner 1993, S. 12–13.
- 77 Ebda.
- 78 Trommler 1986, S. 667.
- 79 Vgl. Marcuse 1953, S. 68.
- 80 Neue Zürcher Zeitung, 27. Oktober 1999, S. 65 («Amerikas Angst vor seinen Kindern»).
- 81 Ebda.
- 82 Vgl. dazu: Tages-Anzeiger, 3. Juni 2000 («Cheeseburger-Graben»).
- 83 Trommler 1986, S. 667.
- 84 Vgl.: Weidenfeld, Werner: Kulturbruch mit Amerika? Das Ende transatlantischer Selbstverständlichkeit. Gütersloh 1996, S. 9.
- 85 Vgl. Borneman, John; Fowler, Nick: «Europeanization», in: Annual Review of Anthropology 2 (1997), S. 487–514.
- 86 Vgl. dazu und zu Folgendem: Münch, Richard: Globale Dynamik, lokale Lebenswelten: Der schwierige Weg in die Weltgesellschaft. Frankfurt am Main 1998, S. 267–324.
- 87 Vgl. dazu: Wimmer, Andreas: «Kultur: Zur Reformulierung eines sozialanthropologischen Grundbegriffs», in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 48 (1996), S. 412f.
- 88 Ebda., S. 409.
- 89 Zum Beispiel: Neue Zürcher Zeitung, 6. Juli 1999, S. 59 («Alte Klischees und neue Verirrungen: Zwei neue Bücher über Amerika»); Basler Zeitung, 28. Juni 2000, S. 9 («Amerika steht für Pioniergeist, Vielfalt und Pragmatismus»).
- 90 Kaschuba, Wolfgang: Einführung in die Europäische Ethnologie. München 1999, S. 145.
- 91 Vgl. Kaschuba 1995, S. 21ff.
- 92 Ebda., S. 14.
- 93 Knorr 2000, S. 7.
- 94 Vgl. Marcuse 1953, S. 70.
- 95 Mathy 1993, S. 13.
- 96 Kuisel, Richard F.: Seducing the French: The Dilemma of Americanization. Berkeley, Los Angeles, London 1993, S. 17.
- 97 Ory, Pascal: «De Baudelaire à Duhamel: L'improbable rejet», in: Lacorne, Denis; Rupnik, Jacques; Toinet, Marie-France (Hrsg.): L'Amérique dans les têtes: Un siècle de fascinations et d'aversion. Paris 1986. 1986, S. 66.
- 98 Vgl. Maase, Kaspar: «Amerikanisierung von unten: Demonstrative Vulgarität und kulturelle Hegemonie in der Bundesrepublik der 50er Jahre», in: Lüdtker, Alf; Marssolek, Inge; Saldern, Adelheid von (Hrsg.): Amerikanisierung: Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts. Stuttgart 1996, S. 291f.
- 99 Reck, Hans Ulrich: «Schwierigkeiten mit der Moderne? Zur Internationalisierung der Lebensgewohnheiten in der Schweiz», in: Hugger, Paul (Hrsg.): Handbuch der schweizerischen Volkskultur. Band III. Zürich 1992, S. 1242.
- 100 Ebda.
- 101 Vgl. dazu: Polster, Bernd (Hrsg.): Westwind: Die Amerikanisierung Europas. Köln 1995, S. 108–112.
- 102 Vgl. dazu: Tanner, Jakob: Zwischen «American Way Of Life» und «Geistiger Landesverteidigung», in: Unsere Kunstdenkmäler 43 (1992), Heft 3, S. 355.
- 103 Weiss, Richard: Volkskunde der Schweiz. Erlenbach 1946, S. 33.
- 104 Ebda.
- 105 Maase 1996, S. 292.
- 106 Ebda.
- 107 Ebda.

- ¹⁰⁸ Kuisel 1993, S. 232.
- ¹⁰⁹ Maase 1999, S. 79.
- ¹¹⁰ Maase 1996, S. 300–301.
- ¹¹¹ Rosenhaft, Eve: «*Lesewut, Kinosucht, Radiotismus: Zur (geschlechter-)politischen Relevanz neuer Massenmedien in den 1920er Jahren*», in: Lüdtke, Alf; Marssolek, Inge; Saldern, Adelheid von (Hrsg.): *Amerikanisierung: Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts*. Stuttgart 1996, S. 125.
- ¹¹² Saldern 1996, S. 217.
- ¹¹³ Vgl. dazu: Lüdtke / Marssolek / von Saldern 1996, S. 21.
- ¹¹⁴ Maase 1996, S. 294 und 299.
- ¹¹⁵ Vgl. dazu und zu Folgendem: Maase 1996, S. 300ff. sowie Lüdtke / Marssolek / von Saldern 1996, S. 28.
- ¹¹⁶ Lüdtke / Marssolek / von Saldern 1996, S. 28.
- ¹¹⁷ Maase 1996, S. 308.
- ¹¹⁸ Maase 1999, S. 80.
- ¹¹⁹ Ebda.
- ¹²⁰ Zitiert in: Kuisel 1993, S. 230 (nach: L'Express, 27. März 1992, S. 43).
- ¹²¹ Zitiert in: Kuisel 1993, S. 229–230 (nach: New York Times, 3. Mai 1992).
- ¹²² Vgl. dazu: Eder, Klaus: «*Integration durch Kultur? Das Paradox der Suche nach einer europäischen Identität*», in: Viehoff, Reinhold; Segers, Rien T. (Hrsg.): *Kultur – Identität – Europa: Über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion*. Frankfurt am Main 1999, S. 147.
- ¹²³ Ebda.
- ¹²⁴ Bausinger, Hermann: «*Stereotypie und Wirklichkeit*», in: *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache* 1988, S. 161.