Medien

Franziska Dillberger

Berlin is in Neverland? Erlebnisgesellschaft im Film

Masterarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2012 GRIN Verlag
ISBN: 9783656970828

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/300822

Franziska Dillberger

Berlin is in Neverland? Erlebnisgesellschaft im Film

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Hochschule für Film und Fernsehen ´Konrad Wolf` Potsdam-Babelsberg
Medienwissenschaft: Analyse, Ästhetik, Publikum

Masterarbeit

BERLIN IS IN NEVERLAND? ERLEBNISGESELLSCHAFT IM FILM.

FRANZISKA DILLBERGER

14.September 2012

MIT DANK AN MEINE ELTERN.

1. EINLEITUNG 3

2. ERKENNTNISINTERESSE 4

3. METHODIK – MÖGLICHKEIT EINER VISUELLEN SOZIOLOGIE 6

4. MODELLE DER SOZIALSTRUKTUR 12

4.1 Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede 13
4.1.1 Sozialer Raum 14
4.1.2 Kapitalformen 15
4.1.3 Habitus 16
4.1.4 Distinktion 16

4.2 Gerhard Schulze: Die Erlebnisgesellschaft 17

5. ERLEBNISGESELLSCHAFT IM BERLIN-FILM 20

5.1 Filmauswahl 20
5.1.1 Drei 21
5.1.2 Herr Lehmann 22
5.1.3 Berlin Calling 24

5.2 Ästhetisierung des Alltagslebens - Erlebnisorientiertes Handeln 25

5.3 Alltagsästhetische Schemata 27
5.2.1 Hochkulturschema 28
5.2.2 Trivialschema 33
5.2.3 Spannungsschema 36

5.3 Milieus 39
5.3.1 Niveaumilieu 41
5.3.2 Harmoniemilieu 42
5.3.3 Integrationsmilieu 45
5.3.4 Unterhaltungsmilieu 45
5.3.5 Selbstverwirklichungsmilieu 47

6. BERLIN IS IN NEVERLAND? RAUM UND ERLEBNISGESELLSCHAFT IM BERLIN-FILM 54

6.1 Milieu und Raum 55
6.1.1 Milieu und Stadtraum 56
6.1.2 Milieu und Wohnraum 65

6.2 Erlebnisort Berlin 70

7. KRISE UND ENDE DER ERLEBNISGESELLSCHAFT? 80

7.1 Krise der Erlebnisgesellschaft 80

7.2 Ende der Erlebnisgesellschaft 84

8. FAZIT 88

9. QUELLENVERZEICHNIS 91
Literatur 91
Internet 94
Filme 96

9. ANHANG 97

9.1 Eidesstattliche Erklärung 97

9.2 Sequenzprotokolle 98

1. Einleitung

Berlin ist eine Stadt des Wandels und des Umbruchs, eine Metropole, in die es viele zieht. Ein breites kulturelles Angebot und niedrige Lebenshaltungskosten sind gerade für die junge Generation Grund, Berlin als Wohnort zu wählen. Die Stadt dient dabei oftmals als Spielwiese für alternative Lebensmodelle: „Berliner zu sein war schon immer eine Lebensentscheidung. Man zieht nicht her oder bleibt, um Karriere zu machen. Sondern um Lebensentwürfe zu realisieren, die woanders nicht im Angebot sind.“[1] In Berlin kann Neues geschaffen werden – kreativ versteht sich. Dabei geht es nicht um Geld und Karriere, sondern um persönliche Freiheiten und die Realisierung von Glück. Berlin ist eine Stadt, in der das Erwachsenwerden noch Zeit hat: „Aufbauen, abreißen, ausprobieren, scheitern – von vorn anfangen. Das ist ein Privileg der Jugend. Die scheint in Berlin länger anzudauern als anderswo.“ [2] Es scheint, als lebe die Berliner Gesellschaft in einem permanenten Ausnahmezustand des Amüsements. In der Hertie-Berlin Studie 2009 gaben 86% der befragten Berliner an, typische Eigenschaften der Berliner seien es, sich zu amüsieren und Spaß zu haben. 84% sagten aus, Berliner würden immer wieder über die Runden kommen.[3] Anhand dieser Aussagen werden auch die Gegensätze deutlich, die Berlin in sich vereint. Denn die Hauptstadt ist nicht nur Ort kultureller Events, Start-ups und durchfeierter Nächte, sondern auch gleichzeitig sozialer Brennpunkt, in dem viele eben nur so „über die Runden“ kommen. Viertel wie Neukölln weisen eine hohe Migrationsdichte, eine hohe Kriminalitätsrate unter Jugendlichen[4] und eine erhöhte Schuldenquote auf.[187] Die Hauptstadt versinnbildlicht den Umbruch und den Fortschritt genauso wie Orientierungslosigkeit und Divergenz.

Doch was die Stadt treibt ist Kreativität, Amüsement und die Sehnsucht nach ewiger Jugend – so erinnert Berlin an die fiktive Insel *Neverland* aus der Geschichte *Peter Pan* von James M. Barrie.[5] Peter Pan, der Junge der niemals erwachsen werden will, entführt eines Nachts das Mädchen Wendy mit ihren beiden jüngeren Brüdern nach *Neverland,* wo er gemeinsam mit den verloren Jungen gegen den Piraten Käpt`n Hook kämpft. *Neverland* ist ein phantastischer Ort, voller Feen, Indianer und Piraten, wo die verlorenen Jungen ohne Eltern leben und Peter Pan ihr Anführer ist. Die Geschichte gilt längst als Klassiker und wurde mehrmals verfilmt.

---

[1] Lindner 2008
[2] Schröder 1012
[3] vgl. Hertie-Studie 2009, Abb. 4.6
[4] vgl. Zeit 2009
[5] Barrie 2009

So sehr wie Berlin an *Neverland* erinnert, so sehr drängt sich einem der Vergleich der Berliner Gesellschaft mit dem Modell der Erlebnisgesellschaft auf, die Gerhard Schulze 1992 in seinem Hauptwerk *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart* beschrieb.[6] Die Erlebnisgesellschaft verfolgt den Imperativ „Erlebe dein Leben!".[7] Eine innenorientierte Lebensauffassung instrumentalisiert Erlebnisse für das „Projekt des schönen Lebens".[8] Doch inwieweit lässt sich dieser Lebensentwurf wirklich auf die Berliner Gesellschaft übertragen?

Die vorliegende Arbeit ist der Versuch einer Annäherung an einen Berliner Lebensentwurf anhand der Theorie der Erlebnisgesellschaft unter Berücksichtigung der Stadt als Ort der Möglichkeiten. Drei Berlin-Filme - *Herr Lehmann* (2003), *Berlin Calling* (2008) und *Drei* (2010) - dienen dabei einer exemplarischen Analyse. In den Filmen leben die Protagonisten im Zwiespalt zwischen bürgerlicher Spießigkeit und narzisstischer Selbstverwirklichung. Inmitten von Drogenrausch, Beziehungsdrama und Erwachsenwerden ist das Schicksal der jungen Berliner eng verknüpft mit der Melodie der Stadt.

2. Erkenntnisinteresse

Das Erkenntnisinteresse einer filmanalytischen Arbeit kann sich nach Mikos auf fünf verschiedenen Ebenen beziehen, wobei jede in Verbindung zur anderen stehen kann[9]:

- Inhalt und Repräsentation
- Narration und Dramaturgie
- Figuren und Akteure
- Ästhetik und Gestaltung
- Kontexte

Die vorliegende Arbeit bewegt sich auf der Ebene der Kontexte, insbesondere auf der des Diskurses und der Lebenswelten[10]. Die Annahme ist hier, dass Film- und Fernsehtexte einerseits immer in Zusammenhang stehen mit den aktuellen Diskursen ihrer Gesellschaft.[11] Und andererseits kann davon ausgegangen werden, dass Film im Kontext der Lebenswelt rezipiert und produziert wird. Filminhalte bilden Lebenswelten ab, die Mikos definiert als „[...]ein auf Kommunikation und damit auf Prozesse symbolischer Verständigung gründender

[6] Schulze 2005
[7] Schulze 2005, S.33
[8] Schulze 2005, S.37
[9] vgl. Mikos 2003, S.39
[10] Mikos teilt die Ebene der Kontexte außerdem in Gattungen und Genres sowie in den Kontext der Intertextualität ein.
[11] vgl. Mikos 2003, S.276

Handlungs- und Erfahrungsraum, in dessen Rahmen die handelnden Menschen die Welt interpretieren."[12]

In dieser Arbeit soll kein Ansatz der Rezeptionsforschung verfolgt werden, sondern eine Untersuchung der dargestellten Lebensmodelle auf der Grundlage von Schulzes Sozialstrukturmodell erfolgen. Forschungsobjekt ist dabei ausschließlich das mediale Filmprodukt.

Mit Hilfe der Filmanalyse wird der Versuch unternommen, die Theorie der Erlebnisgesellschaft von Schulze auf die Lebensmodelle der Protagonisten der drei Beispielfilme *Herr Lehmann, Berlin Calling* und *Drei* anzuwenden. Der Kontext der Sozialstrukturmodelle wird dabei durch einen Vergleich mit den Theorien Bourdieus hergestellt.
Im Erkenntnisinteresse der Arbeit liegt außerdem die Stadtdarstellung Berlins in den Beispielfilmen, wobei besonderes Augenmerk darauf gelegt werden wird, inwieweit die Lebensmodelle und Situationen der Protagonisten mit den räumlichen Lebensumständen zusammenhängen. Die Annahme ist hierbei, dass Berlin als Ort unzähliger Erlebnisangebote die von Schulze beschriebene Gesellschaftsform ermöglicht und fördert. Berlin wird damit zum *Neverland*, einem Ort unbegrenzter Möglichkeiten, an dem seine Einwohner nicht zum Erwachsenwerden gezwungen sind.
Die Arbeit ist damit sowohl als eine Untersuchung des Diskurses als auch der Lebenswelten angelegt, da sie die Lebensmodelle der Protagonisten selbst zum Diskursthema erhebt. So soll in einem abschließenden Kapitel der These nachgegangen werden, dass die Protagonisten in ihrem Lebensmodell der Erlebnisgesellschaft in eine Krise geraten und es daraufhin überdenken.

Im Folgenden soll der Möglichkeit einer visuellen Soziologie nachgegangen und ein Blick auf die diesbezügliche Forschungstradition geworfen werden. Der anschließenden Analyse ist ein Vergleich der Modelle Bourdieus und Schulzes vorangestellt. Schulzes Ausführungen zur Erlebnisgesellschaft und die damit zusammenhängenden alltagsästhetischen Schemata sowie sozialen Milieus werden schließlich auf die Beispielfilme angewendet werden.

[12] Mikos 2001, S.44

3. Methodik – Möglichkeit einer visuellen Soziologie

Die möglichen Perspektiven der Auseinandersetzung mit dem Medium Film umspannen verschiedene Variationen. Aus einem anthropologischen Interesse heraus können ethnografische Filme in Hinblick auf ihre Sicht auf Kulturen untersucht werden. Dokumentarfilme selbst entstehen aus solch einem anthropologischen Blick und bilden fremde Völker und Kulturen ab. Filmwissenschaftler wie auch Filmpraktiker würden dagegen eher Schnitt, Kameraführung, Produktionsbedingungen, Genre, Filmgeschichte und Filmtheorie interessieren. Historikern dient Film als Zeitzeugnis, um Kulturen aus unterschiedlichen Epochen zu beschreiben.[13]

In dieser Arbeit nun soll der Versuch unternommen werden, eine soziologische Theorie mithilfe der analytischen Methoden der Medien- bzw. der Filmwissenschaften zu untersuchen. Film wird so zum Untersuchungsgegenstand soziologischer Theorie aus einer filmwissenschaftlichen Perspektive heraus. Das Medium dient damit einerseits als Zeugnis gesellschaftlicher Strukturen wie auch aktueller Gegenwartsgeschichte. Doch inwieweit kann Film, insbesondere fiktionaler, Zeugnis gesellschaftlicher Strukturen und Entwicklungen sein? Die Frage, welche Realität im Film überhaupt abgebildet wird, verdient eine genauere Zuwendung. Sollte ein Forschungsgegenstand nicht objektiver Natur sein, um als Grundlage evidenten Ergebnissen dienen zu können? Ist es nicht gerade dieser Umstand, der durch die künstlerische und subjektive Sicht des Filmemachers per se nicht erfüllt werden kann?

Mit Blick auf das Forschungsinteresse kann solchen Bedenken jedoch widersprochen werden, ist es schließlich der Zeitgeist, der durch den Blick des Filmemachers auf bewegten Bildern eingefangen wird und nur durch dessen Subjektivität und künstlerischen Ansatz seinen Ausdruck findet. Und eben dieser Zeitgeist soll Gegenstand der Untersuchung sein. Gerade durch die audiovisuelle Umsetzung kann Film viel näher an sozialer Wirklichkeit sein, als es Texte vermögen. Hier setzt die Möglichkeit einer visuellen Soziologie ein, die laut Horwitz durch die Etablierung einer Bildempirie in der Sozialwissenschaft geschaffen werden kann.[14]

Mit visueller Soziologie ist schlicht die Auseinandersetzung mit visuellem Material unter soziologischen Gesichtspunkten gemeint:

> „Die visuelle Dimension in der sozialwissenschaftlichen Forschung betrifft entweder die Arbeit mit Abbildungen und Darstellungen wie Fotografien, Filmen und Videoaufnahmen oder die sichtbaren Manifestationen sozialer Tatbestände und Ereignisse als etwas der Anschauung Zugängliches und Abbildbares.“[15]

---

[13] vgl. Sutherland/Feltey 2010, S.4
[14] vgl. Horwitz (Hrsg.) 1996, S. 1
[15] Schändlinger 1998, S.15