

Hans J. Wulff / Ina Wulff

Film-Idyllen zwischen Sehnsucht und Käuflichkeit: Anmerkungen zu *A Good Year* (USA 2006, Ridley Scott)

Eine erste Fassung dieses Artikels erschien in: *Ästhetik und Kommunikation* 38,139, 2008, S. 109-115. Eine Online-Version erschien in: *tà katoptrizómena - Magazin für Kunst, Kultur, Theologie und Ästhetik* 10,51, 2008, URL: <http://www.theomag.de/51/hjw5.htm>. URL dieser Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/2-146>.

Wer glaubt, in seiner Freizeit oder im Urlaub in einer Welt außerhalb der Leistungszwänge und der Rhythmen der Arbeitswelt zu weilen, unterliegt meist einer Täuschung. Auch hier sind die Termine eng gesetzt, auch hier gilt es, die Effekte des Tuns zu optimieren und zu maximieren. Selbst die ältere Muße wird als „Wellness“ zur Ware, wird zum Bestandteil der allgemeinen Zirkulation von Gebrauchswerten. Auch hedonistische Qualitäten sind Werte und darum nicht gegen die Kommerzialisierung gefeit. Partykultur und Wellness-Urlaub, Verwöhn-Wochenenden und Gruppen-Entertainment in den Urlaubs-Siedlungen sind gemeinsamer Ausdruck einer kaum abzuschätzenden Transformation der selbstverwalteten Zeit des Urlaubs (wenn es sie denn je wirklich gegeben hat) in eine bestens kontrollierte Sphäre des „Freizeitkonsums“. Das Zentrum der großen Urlaubsorte ist die „Party-Meile“, Komfort- und Spaß-Erwartungen die zentralen Gratifikationen, die der Tourismus bedienen soll, und selbst Hard-Rock-Konzerte wie das in Wacken werden von den Besuchern als „gelungene Parties“ bezeichnet.

Auf eine andere Qualität von „Freizeit“ und „Urlaub“ stößt man aber, wenn man nach den Assoziationen fragt, die die beiden Wörter hervorrufen. Dann zeigt sich schnell, dass „Freizeit“ eine Chiffre ist, die vom Gegenalltag handelt und die nicht so sehr die Möglichkeiten realen Tuns beschreibt als vielmehr Bilder von Wunsch-Energien evoziert. Ein erster Blick in eine Entfremdungsmaschine wird möglich - das Konzept von „freier Zeit“ als einer Zeit, die der Sehnsuchterfüllung dient, steht einer ganz anderen Praxis entgegen, die die freie Zeit als Maximierung subjektiven Nutzens oder Genusses auswertet, also genau in den gesellschaftlichen Wertschöpfungszusammenhang zurückbringt. Der neuere Hedonismus nach Kohl und Thatcher, nach Neoliberalismus und Globalisierung bringt das Recht auf Spaß zur Geltung. „You have the right / to fight / for your party!“ Der Kampftruf der Beasty Boys bringt es auf den Punkt - Spaß ist ein Wertgegenstand, um den es zu streiten lohnt. Es sind nicht mehr Lohn und Arbeitszeit, um die es im Kern des gesellschaftlichen Widerspruchs geht, sondern es sind subjektive Unterhaltungsansprüche, die jene zumindest oberflächlich verdrängt und überlagert haben. Spaß ist hier kein subjektives Abfallprodukt des Erlebens, sondern ein einklagbarer Gegenstand, um den man ringen muß, der inszeniert und garantiert sein will, der wiederholbar ist. „Spaß“ ist zur Ware geworden. Die linke Theorie kennt diesen Wandel schon lange. Sie spricht von einer „Kommodifikation“, wenn Gegenstände (welcher Art auch immer) zur Ware und damit in den Warenkreislauf eingebunden werden [1].

Gerade die im älteren Programm der Begrenzung der Arbeitszeiten angedachte Zeit des Ausspannens, die Freizeit, wird nach dem ökonomischen Leistungsprinzip durchgestaltet. Die Wert-Erwartung, die die Zeit der Arbeit bestimmte, stand einem Potential anderer Sinnbelegungen gegenüber - der Muße, der Meditation, der Einkehr, der Rückkehr zu selbstgewonnenen Horizontstellungen des Lebens [2]. Wenn nun jene andere Zeit in den Kreislauf der Wertschöpfungen eingeht, geschieht Fatales, es entstehen subtile Zwänge: Ob Urlaub oder Feierabend, jede Tätigkeit muss einen *Wert* haben. Bildungsreise hier, Erlebnisurlaub da - immer ist ein Nutzen mit eingepflanzt. Der Übergang zu einer Spaß-Gesellschaft fußt auf einem Paradox - die Freizeit gerät unter ähnliche Leistungsanforderungen wie die Arbeitszeit. Die Effekte dieser Annäherung finden sich in manchen grotesk anmutenden Szenarien des

gesellschaftlichen Lebens wie dem „Speed-Dating“ oder den alltäglich vollführten Ritualen der Werbung des einen um den anderen Partner, der optimalerweise in den „One-Night-Stand“ einmündet. All dieses will inszeniert sein, es fügt sich in Liturgien und Drehbücher. Die Verfahren der Spaßgewinnung müssen formalisiert werden wie Arbeitsabläufe, sonst lassen sich die erwarteten (und vom Anbieter garantierten) Unterhaltungseffekte nicht sicherstellen.

Diese Einstellung des Zeit-Sparen!s lässt sich keiner besonderen gesellschaftlichen Gruppe zuordnen. Sie findet sich in allen Schichten und Berufen. Leistungsfähigkeit ist impliziert und wird als wünschenswert dargestellt. Wer hingegen dem Leistungsanspruch nicht standhält, gilt als schwach, gar als labil. Diesem Muster unterwerfen viele ihre Selbstanforderungen, formulieren hiernach ihr Selbstdiktat, formieren danach ihre Selbstdarstellung. „Die Darstellung von Erfolgen wird zum wichtigsten Teil der gesellschaftlichen Umgangsformen“, heißt es in einem kritischen Bericht (in der Berliner Zeitung v. 4.3.2000), der auf den intimen Zusammenhang zwischen Erfolgswang und sozialen Ängsten, Depressionen und Burn-Outs aufmerksam macht. Der selbst- und fremdauferlegte Leistungsdruck ist immens, die Leistungsfähigkeit, die permanent in höchster Anspannung verfügbar sein sollte, hingegen sinkt immer öfter, mündet möglicherweise in Krankheit ein (die wiederum lesbar ist als körpergewordene Abwehr eines den einzelnen verachtenden Leistungssystems).

So verbreitet diese Umwandlungsprozesse auch sind, so sehr sie in manchen sozialen Milieus fast zwanghaft umgesetzt werden, so gibt es seit vielen Jahren aber auch eine Gegenbewegung, die sich im imaginären Raum des Kinos artikuliert. So sehr das assoziative Feld der „Freizeit“, das eingangs erwähnt wurde, mit Elementen der Sehnsucht und Kräften des Wünschens besetzt ist, so sehr ermöglicht es das Kino, sich dem Spiel der Imagination hinzugeben und zumindest in der Dunkelheit des Kinosaals und der Irrealität der Fiktion jenen Impulsen nachzuhängen, die sich den Kontrollansprüchen kapitalistischer Arbeitsordnungen entgegenstemmen. Die Geschichten, die diese Filme entspinnen, basieren

fast immer auf dem Widerspruch zweier Lebensrealitäten - der einen, in der die Protagonisten funktionierende Bausteine des gesellschaftlichen Produktionssystems sind, und einer anderen, in die sie meist ungewollt hineingestoßen werden und in der sie nicht nur Figuren begegnen, die in ihrer ursprünglichen Welt nicht funktionieren können, sondern auch in einen Prozeß der Selbstvergewisserung hineingezogen werden, den sie am Ende als Gewandelte verlassen.

Einige Beispiele:

□ Das englische Öko-Märchen *Local Hero* (1983, Bill Forsyth) erzählt von einem Jung-Manager einer amerikanischen Ölfirma, der nach Schottland geschickt wird, um eine ganze Bucht zu kaufen, an der ein Ölhafen entstehen soll. Die Verhandlungen ziehen sich viel länger hin als geplant. Der Held lernt eine Fülle von Leuten kennen, die ganz anders sind als seine Kollegen im Büro - eine Biologin, die für die Erhaltung der Küste kämpft und eigentlich eine Nixe ist, ein russischer Kapitän, der sich zum Feiern in das schottische Dörfchen bringen läßt, ein schwarzer Pfarrer, den es nach Schottland verschlagen hat. Im Auftrag seines US-Chefs soll er Nordlichter beobachten (am Ende wird nicht der Terminal, sondern ein Observatorium hier stehen). Er verliebt sich in die Frau des Hoteliers, ohne die geringste Chance, von ihr erhört zu werden. Aus dem geplanten Geschäft wird nichts, der Held muß zurück nach Houston, Texas. Der Film endet mit seiner Ankunft, noch am Abend ruft er in Schottland an. Mit einem Bild auf das nächtliche Dorf und dem Geräusch des ungehörten Klingelns - einem Ruf der Sehnsucht - endet der Film.

□ Dusan Makavejevs *The Coca-Cola Kid* (Australien 1985) erzählt von einem Coca-Cola-Manager, der einen Soda-Hersteller in einem kleinen australischen Dorf aufkaufen soll. Er verliebt sich in dessen Tochter, übernimmt die Soda-Produktion und bleibt in den Outlands. Eine ganz ähnliche Geschichte erzählt der spanischsprachige Film *Tres Pajaros* (USA 2002, Carlos Jauregui): Ein Manager, der das Rätsel der Verluste in einer Mine auflösen soll, verliebt sich und gibt seine ursprüngli-

chen Orientierungen als erfolgsorientierter Geschäftsmann auf.

- Die französische Komödie *Le Bonheur est dans le Pré* (*Das Glück liegt auf der Wiese*, 1995, Etienne Chatiliez) erzählt von einem Toilettendeckel-Hersteller aus dem Elsaß, der in einer Fernsehshow, in der Verschwundene gesucht werden, auf Grund eines vergilbten Photos als Ehemann einer Französin aus den südfranzösischen Bergen identifiziert wird. Er läßt sich in die Show einladen und akzeptiert die neue Identität, obwohl er wie auch die neue Ehefrau wissen, daß er ein anderer ist. Sein neues Leben als Bauer ermöglicht es ihm, alle Zwänge zu überwinden, die sein bisheriges Leben umstellt und eine grundlegende Unzufriedenheit verursacht hatten.
- Die romantische Komödie *Under the Tuscan Sun* (*Unter der Sonne der Toskana*, USA 2003, Audrey Wells) erzählt die Geschichte einer Schriftstellerin, die nach ihrer Scheidung in eine Krise gerät, die sie in einem alten Haus in der Nähe des Städtchens Cortona in der Toskana überwinden kann, weil sie sich auf den Charme, die Schönheit und die Wärme der kleinen Stadt einlassen kann - zumal sie sich neu verliebt.
- In jüngster Zeit erzählt die schwedische Sozialdemokratie-Phantasie *Så som i Himmlen* (*Wie im Himmel*, 2005, Kay Pollak) von einem Dirigenten, der nach einem Nervenzusammenbruch an den Ort seiner Kindheit in ein kleines Dorf in Nordschweden zurückkehrt. Er kauft die alte Schule. Zunächst widerwillig übernimmt er den örtlichen Chor, der jede Woche in der Kirche probt. Als er in dieser Arbeit seine Leidenschaft und Begeisterung für die Musik wiederfindet, geht er in der Arbeit mit den Menschen auf.
- Und auch Ridley Scotts Sommer-Phantasie *A Good Year* (*Ein gutes Jahr*, 2006) erzählt von Max, einem Workaholic-Börsenmakler aus London, der die Bedeutung des Wortes „Urlaub“ nicht kennt. Als sein Onkel stirbt und ihm ein pittoreskes Anwesen in Südfrankreich hinterläßt, sieht Max dies als Gelegenheit, das Weingut zu verkaufen und den Profit einzustecken. Als er die Gelegenheit erhält, sein Leben in einem weniger getriebenen Tempo

zu leben als gewohnt, stellt er fest, dass ein gutes Jahr nicht von finanziellen Wetterwechseln abhängt. Er bleibt, zumal er sich in eine Café-Besitzerin verliebt [3].

- Schon die sechsstündige englische Mini-Serie *A Year in Provence* (1989, David Tucker) verlegte den Gegen-Ort in die französische Provence. Die Geschichte basiert auf der Autobiographie des Londoner Geschäftsmannes Peter Mayle (auf einem seiner Romane fußt auch *A Good Year*), der zusammen mit seiner Frau nach Süd-Frankreich gezogen war. Insbesondere die kulinarischen Qualitäten der neuen Heimat glichen die Strapazen und die Einbußen an Komfort aus, die der Umzug nach sich zog. Mayle hat seit Jahren eine ganze Fülle von Bestsellern geschrieben, die die Vorzüge der Provence als Erlebnisregion feierten [4].

Erinnert sei schließlich auch an Filme, in denen Protagonisten unheilbar krank werden und es erst unter diesem Druck lernen, die Fehlstellungen des eigenen Lebens zu überdenken und zu revidieren - Filme wie *The Doctor* (1991, Randa Haines), der von einem äußerst erfolgreichen Arzt erzählt, der selbst zum Krebspatienten wird und sein Leben radikal umstellt, oder *Regarding Henry* (*In Sachen Henry*, 1992, Mike Nichols), dessen Held nach einer Schußverletzung das Gedächtnis verliert und mühsam elementarste Tätigkeiten des Lebens neu lernen muß. Und auch der deutsche Film *Emmas Glück* (2006, Sven Taddicken) behandelt die Geschichte eines Mannes, der sterbenskrank entdeckt, daß das Glück auf einem Alternativ-Bauernhof in der Nähe auf ihn wartet. Eine Mischform ist Nancy Meyers Komödie *Something's Gotta Give* (*Was das Herz begehrt*, USA 2003), dessen Held nach Herzanfall sein auf Jugendlichkeit ausgerichtetes Alltagsverhalten umstellt und ausgerechnet am Urlaubsort bei der Mutter einer seiner Ex-Geliebten bleibt. Die Nähe des Todes ist in all diesen Filmen Auslöser einer Sinnkrise, die nur durch einen radikalen Wandel der alltäglichen Konditionen des Lebens bewältigt werden kann. In vielen anderen Filmen des kleinen Motivkreises ist der Druck, über Horizonte des eigenen Lebensentwurfs nachzudenken, dagegen viel geringer - hier geraten die Helden durch Zufall in Kontakt

mit jenen anderen Möglichkeiten des Lebens, so daß schlaglichtartig die Oberflächlichkeit und Materialität ihres bis dahin ungefragt gelebten Lebens greifbar wird.

Von besonderer Bedeutung für alle diese Filme ist der Umgang mit Zeit. Industrialisierte Zeit ist portionierte Zeit, man spricht von „Produktionszyklen“ und meint damit doch eigentlich, dass die Zeit in kleine Einheiten aufgesplittet ist, um sie so um so mehr verfügbar und kontrollierbar zu machen. Auch Alltagszeit ist gegliedert, und um so feinere Zeittakte vorgegeben oder selbst gewählt werden, um so mehr stellt sich der Eindruck der „Schnelligkeit“ ein. Vor allem an *A Good Year* lässt sich der Gegensatz von Schnell-Lebigkeit und konträr gesetzter Langsamkeit aufweisen. Orte und Gegen-Orte. Die eine Seite repräsentiert *London*: Inbegriff von Geschäftigkeit und wirtschaftlichem Wohlstand. Eine Stadt, die niemals schläft. Der Protagonist (Max, gespielt von Russell Crowe) ist erfolgreicher Börsenmakler. Zeit ist Geld, und Geld ist das, was er will; ohne Rücksicht auf Verluste. Die andere Seite ist das *Landleben*, das zudem nicht in England, sondern in Frankreich lokalisiert ist. Die ländliche Idylle wird als ein Leben im Genuss gezeichnet, reich an Zeit und Träumen. Das Leben verläuft zum anfänglichen Ärger des Helden nicht nur nach unterschiedlichen Zeitstrukturen, es lassen sich auch deutlich unterschiedliche Wertungsmechanismen und -muster ablesen. Während in der Stadt zwar die wertvollere Kunst bestaunt und als ästhetischer Genuss gefeiert wird, ist das Genießen auf dem Lande von anderer Qualität, sinnlicher, Gegenstand der leiblichen Auseinandersetzung mit der Umwelt, gelebter und nicht auf die Dauer eines Museumsbesuchs eingeschränkter Genuß. Essen und Wein, bei Musik und guter Gesellschaft - all dieses illuminiert das Prinzip des *savoir vivre*, das schon in der Wahl des Gegen-Ortes anklingt. (Die Schlüsselszene der romantischen Komödie *French Kiss*, 1995, Lawrence Kasdan, zeigt die großstädtische Heldin und den vom Lande stammenden Filou, als er ihr einen Geruchskasten zeigt, den er einmal als Kind gebaut hatte; und als er ihr deutlich machen kann, dass ein guter Wein alle diese Gerüche aufnehme, beginnt sie zu verstehen, dass ein Winzer eine andere, viel leibbezogenerere Einstellung zu

seinem Gegenstand einnehmen muß, als sie das je erfahren hatte. Signifikanterweise spielt auch *A Good Year* mehrfach mit der Fähigkeit des Protagonisten, die geschmacklichen Qualitäten von Weinen unterscheiden und beurteilen zu können.)

Der Held wird eher versehentlich und sogar gegen seinen Willen in die Gegensätzlichkeit, aber auch die Dynamik von Ort und Gegen-Ort verstrickt. Die Betrachtung der Kunst könnte einen Gegenpol zur Geschäftigkeit des Makler-Alltags sein. Max' Londoner Boss Sir Nigel ist nun zwar im Besitz eines echten van Gogh. Während das Original versteckt im Tresor seine Zeit fristet, ist lediglich eine täuschungsechte Kopie ausgestellt. Besagtes Gemälde spiegelt sowohl Verlangen als auch Versprechen. Es spiegelt eine Sehnsucht, eine Urlaubsidylle, die sich der fleißige Geschäftsmann real jedoch nicht zugestehen mag. Die Metapher des versteckten Originals hat viel tiefere Bedeutung - als solle das Bild, das vor alltäglicher Besichtigung geschützt ist, für Potentiale stehen, die die Akteure für sich nicht zulassen. Sie leben in der Welt der Kopien. Die der Originale ist unzugänglich, ja sogar unbetretbar. So erklärt Max seiner Sekretärin: „Sag' auf keinen Fall, das ich in Urlaub bin. Das ist schlimmer als Sterben, klar?“ Die Geschichte wird zeigen, dass Max „das Originale“ in Frankreich finden wird, etwas heißes Ursprüngliches, gegen das die kalte Realität und Rationalität seiner Firma absticht.

In der Arbeitswelt der Börsenmakler steht nüchtern berechnendes Kalkül gegen Irrationalität und Leidenschaft. Das zeigt sich an den dargestellten Handlungsräumen. Sowohl Börsenhalle als auch Büro sind pragmatisch klar geformt und nüchtern eingerichtet. Sie sind puristisch reduziert und wirken kühl. Die Personen sind austauschbar, unpersönlich und abgeschottet. Selbst gute Freunde bleiben oberflächlich und unverbindlich. Zwischenmenschliche Beziehungen stehen in einem Spannungsverhältnis von Praxen wie „Jeder-ist-sich-selbst-der-Nächste“ und materialistischen Werten. (Bild geworden ist die Kälte der sozialen Beziehungen in einer kleinen Szene in *Local Hero*: Obwohl die Freunde sich in dem gewaltigen Glasgebäude der Ölfirma, in der beide arbeiten, sehen können, versuchen sie sich telefonisch zu

zu verabreden - und das Treffen kommt nicht zustande, weil man angeblich schon andere Verabredungen getroffen hatte.)

Ganz anders erscheint schon die Realität der Dinge, der Häuser und Einrichtungen auf dem Weingut in der Provence. Wärme und Licht spielen ineinander und zeichnen ein romantisches Bild nach dem anderen. Allerdings: Wenn man genauer hinsieht, sieht man, dass der Film die Idylle in Bildwelten wiedergibt, wie wir sie aus der Werbung kennen. Auch der Gegen-Ort in *A Good Year* (und der meisten anderen Filme des kleinen Motivkreises) gehört eigentlich der imaginären Realität der Börsen-Banker zu, weil solche Bilder einen impliziten Sehnsuchts-Impuls (das „Verborgene“) auszubeuten suchen, wenn sie als Images an Waren anzukleben versucht werden, in der Hoffnung, dass die Wärme und der Reiz der gezeigten Szene als Anmutungsqualität auf die beworbenen Produkte übergehe. Auch diese Bilder sind nicht unschuldig, sie sind „kommodifiziert“ und tragen Bedeutungen, die der Konsumwelt zugehören und selbst wieder Genuss-Versprechen signalisieren, die auf der Ausbeutung von Gegenwelt-Phantasien beruhen.

Das war einmal anders: Wenn die alte Frau am Ende von *Lina Braake oder Die Interessen der Bank können nicht die Interessen sein, die Lina Braake hat* (BRD 1974, Bernhard Sinkel) in Süditalien von einer Großfamilie aufgenommen wird - dargestellt in Bildern, die jenen aus den Filmen, denen dieser Artikel gewidmet ist, durchaus ähneln -, dann gewinnt die Heldin nach langen Phasen der Einsamkeit und der Mißachtung ein Leben in Gemeinschaft; aber sie hat sich in die Familie mit dem Gewinn aus ihrem Bank-Betrug eingekauft - so dass das Ende höchst ironisch gebrochen erscheint.

Doch zurück zur Dramaturgie der Gegen-Orte. Das Leben passiert hier mit einer besonderen Gemütlichkeit und Eigenart, es wirkt detailreich und verspielt. Hier sind auch die Figuren gewandelt - sie selbst sind die Unikate, sie sind individuell und bunt, Sonderlinge, Exzentriker, Unangepasste. Nicht in den allgemeinen Takt der Zeit eingeübt. Verweigerer? Nein, es geht in den Filmen des Motivkreises nicht um Aussteiger. Sondern

um Figuren, die eher zufällig in die privilegierte Situation geraten, die Routinen ihres Alltags für eine eigentlich begrenzte Zeit aufgeben zu können, die oft zunächst in eine Art von Orientierungslosigkeit geraten, bis sie die Attraktivität und innere Ordnung der zufällig gefundenen Anders-Realität entdecken. Verführte, nicht Aussteiger.

Es hatte oben geheißen, dass dem Leistungsprinzip des Spaßhabens ein Sehnsuchtsprinzip entgegensteht, daß also die allgemeine Kommodifizierung aller Lebensbereiche ein imaginäres (aber dennoch reales) Gegenüber habe. Dass es sich bei den Realitäten in *A Good Year* eben nicht um realistische Darstellung der Wirklichkeit handelt, steht außer Frage. Sowohl London als auch die Provence sind hochstilisierte Bildfelder, die vor allem einen Zweck haben - Sehnsuchtpotentiale anzusprechen, auf die der Zuschauer durch die Werbung vorbereitet ist. Entgegen dem Zeitdruck von normalem Alltag steht ein vielfältig erkennbares Bedürfnis nach Ruhe und Langsamkeit. Anders als nach dem Freizeitideal der Aktivität, ist es oftmals der Wunsch nach Ruhe, Erholung und Abschalten, der bei der konkreten Gestaltung der eigenen Freizeit eindeutig die Oberhand gewinnt (so Horst Opaschowski in einer empirischen Studie zu den Urlaubsidealen [5]). Die ländliche Idylle, die Filme wie *A Good Year* ausmalen, ist somit besonders als Sehnsuchtsformulierung zu lesen. Die Zeit, die keinen Verpflichtungen und Zwängen unterliegt, gilt als eigener Wert. Kuren, Wellness, Entspannungs-Urlaub sind ware-gewordene Erscheinungsformen jener Gegen-Zeit. Sie wird nur in der zeitlichen Enklave des Urlaubs zu erlangen sein. Anders dagegen die Realität der Gegen-Zeit, die Filme wie *A Good Year* propagieren - ländliche Idylle, romantische Naturverbundenheit, Einklang mit der Zeit. Bedächtigkeit und Ruhe entsprechen hierbei einer Langsamkeit, die dramaturgisch-diametral gegen die Hektik der Großstadt gesetzt ist. Durch dieses Spannungsverhältnis laden sich die Bilder gegenseitig symbolisch auf. Landleben steht in diesem Deutungsbereich für das Versprechen eines guten und einfachen Leben - als das Versprechen von Zeit.

Alle diese Filme zeigen, dass es sich bei den eingangs skizzierten Transformationen der Zeitsphären des Alltagslebens um keine Modeerscheinungen handelt, sondern um gesellschaftlich relevante Prozesse. Und dass diese Filme ausnahmslos Kino-Erfolge gewesen sind, mag man als Indiz dafür werten, dass ein breites Publikum der Unterwerfung der Identität unter die Leistungsanforderungen einer Spaßgesellschaft skeptisch gegenübersteht. Die Filme nehmen die Problematik der realen Verschiebungen der Werte auf und entwerfen Gegenentwürfe. Der Onkel des Helden in *A Good Year* brachte es einmal auf den Punkt, was für den Neffen viel später Anlaß zur Neuformierung seines ganzen Lebens wurde: „Hast du einmal etwas Gutes gefunden, musst du es pflegen!“

Gerade der Umgang mit Zeit ist eines der fundamentalen Themen all dieser Geschichten. So scheint die gesellschaftliche Praxis des „Sich-keine-Zeit-Nehmens“ Sehnsuchtsbilder zu schüren, die vor allem durch eines gekennzeichnet sind: „Zeit-Haben“. Die Zuschauerzahlen können als Indikator für die Aktualität dieses Widerspruchs gewertet werden. Sie sprechen für ein verbreitetes Bedürfnis nach „Urlaubsidyllen“, die dem allgemeinen Trend entgegenstehen. So märchenartig die Filme diese Kritik formulieren, so wenig realitätsnah ihre Lösungen sind, so ist die Zuwendung, die sie durch ein breites Publikum finden, durchaus politisch zu verstehen: als eine letztlich ohnmächtige Auflehnung gegen einen raffinierten Zwangsmechanismus, der noch die Residuen selbstverwalteter Zeit unter die Gesetze von Ausbeutung und Leistung stellt. Das ideologische Paradox von Filmen wie *A Good Year* bleibt bestehen - sie machen neue Anstrengungen der Tourismus-Industrie sinnvoll, ja: gehören ihnen selbst zu.

Anmerkungen

[1] Der Begriff ist eine Germanisierung des Modells der *commodification*, wie ihn etwa Jameson vorschlägt. Vgl. dazu: Jameson, Fredric: *The geopolitical aesthetic. Cinema and space in the world system*. Bloomington, Ind.: Indiana University Press / London: BFI Publ. 2004, p. 5, passim.

[2] Der Diskurs über die mit zunehmender Rationalisierung und Mobilisierung einhergehende Beschleunigung des Alltagslebens, den Verlust der „Langsamkeit“ als einer eigenen Erlebnisqualität und über die zunehmenden Identitätsverluste, die sich damit einstellen, hat seit Ende des Zweiten Weltkriegs immer wieder neue Sprecher gefunden - und es sind empirische Studien ebenso wie kulturkonservative Intellektuelle wie aber auch systemkritisch-sozialistische Verfasser gewesen, die sich des Problems angenommen haben. Eine Auswahl der bekanntesten Studien zum Thema: Bianchi, Suzanne M.: *Changing rhythms of American family life*. New York: Russell Sage Foundation 2006. Eick, Jürgen / Gauger, Kurt: *Angina temporis. Zeitnot, die Krankheit unserer Tage. Ein Wirtschaftler und ein Arzt zum Thema: Keine Zeit!* Düsseldorf: Droste 1955.

Eriksen, Thomas H.: *Immer schneller - immer mehr? Balance finden zwischen Beschleunigung und Ruhe*. Freiburg: Herder 2002 (Herder-Spektrum. 5627.).

Griffiths, Jay: *Slow Motion. Lob der Langsamkeit*. Berlin: Aufbau-Taschenbuch-Verlag 2002.

Hochschild, Arlie Russell: *Keine Zeit. Wenn die Firma zum Zuhause wird und zu Hause nur Arbeit wartet*. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2006 (Geschlecht und Gesellschaft. 29.).

Linder, Staffan: *Warum wir keine Zeit mehr haben*. Frankfurt: Fischer-Taschenbuch-Verlag 1973 (Fischer-Bücherei. 1.411.).

Nadolny, Sten: *Die Entdeckung der Langsamkeit*. Roman. München/Zürich: Piper 1983.

[3] Rezensionen zu *A Good Year*:

Linkliste online: URL: [http://www.mrqe.com/lookup?^Good+Year,+A+\(2006\)](http://www.mrqe.com/lookup?^Good+Year,+A+(2006)).

Davis, Robert: Rev. In: *Paste (USA)* 26, Nov. 2006, p. 99.

Denby, David: *The Current Cinema: Prettier Pictures*. In: *The New Yorker*, 13.11.2006, pp. 102-103.

Hornaday, Ann: *A Good Year Equals a Bad 118 Minutes For Crowe*. In: *The Washington Post* 129,340, 10.11.2006, p. C5.

Schwarzbaum, Lisa: *France Fever (C-)*. In: *Entertainment Weekly* 907, 17.11.2006, pp. 95-96.

Travers, Peter: Rev. In: *Rolling Stone* 1014, 30.11.2006, p. 124.

[4] Mayles Provence-Schriften:

Mayle, Peter: *A year in Provence*. New York: Knopf 1990. - Repr.: New York: Vintage Books 1991. - Dt.: *Mein Jahr in der Provence*. Roman. München: Droemer Knauer 1992.

Mayle, Peter: *Hotel Pastis. A novel of Provence*. New York: Knopf 1993. - Repr.: Franklin Center, Pa.: Franklin Library 1993. - Repr.: Thorndike, Me.: Thorndike Press 1994. - Dt.: München: Droemer Knauer 1994.

Mayle, Peter: *Provence. Aerial photography by Jason Hawkes*. New York: Random House 1994. - Wahrscheinlich textidentisch mit: *Provence. Paintings by*

Margaret Loxton. New York: Macmillan Publishing Company / Maxwell Macmillan International 1993.
Mayle, Peter: Encore Provence. New adventures in the South of France. New York: Knopf 1999. - Dt.: Encore Provence. München: Droemer 2000.
Mayle, Peter: Toujours Provence. New York: Knopf 1991. - Zugl.: Thorndike, Me.: Thorndike Press 1991. - Repr.: London: Hamish Hamilton 1991. - Repr.: New York : Vintage Books, 1992. - Dt.: München: Droemer Knaur 2000 (Knaur. 61.746.).
Mayle, Peter: Vive la fête! Eine kulinarische Tour de France. München: Blessing 2001.
Mayle, Peter: A good year. New York: Alfred A. Knopf 2004. - Repr. New York: Vintage Books 2005. -

Dt.: Ein guter Jahrgang. Roman. München: Blessing 2004. - Unter dem Titel „Ein gutes Jahr. Roman“ neu ed.: München: Goldmann 2006 (Goldmann. 46.404.)
Mayle, Peter: Provence A-Z. New York: Knopf 2006.
Mayle, Peter: A good year. Portrait of the film. Based on the novel by Peter Mayle; introduction by Ridley Scott and Peter Mayle. New York: Newmarket / Northam: Roundhouse 2007.

[5] Opaschowski, Horst W.: Psychologie und Soziologie der Freizeit. Opladen: Westdeutscher Verlag 1988 (Freizeit- und Tourismusstudien. 2.).