

# **KONSUMBEWUSSTSEIN ALS ICH-BEWUSSTSEIN**

## **Eine literatur- und kulturwissenschaftliche Analyse der amerikanischen 1980er-Jahre bei Bret Easton Ellis**

Dissertation zur Erlangung der Würde der Doktorin der Philosophie  
Fakultät Kulturwissenschaften  
Universität Dortmund

vorgelegt von  
Heike Platter

Bozen, Dortmund, Dezember 2004  
Genehmigt/Promoviert am: 21. Juni 2005  
Erscheinungsjahr: 2024

1. Gutachter: Prof. Dr. Walter Grünzweig
2. Gutachter: Prof. Dr. Peter Freese

## ABSTRAKT

### Konsumbewusstsein als Ich-Bewusstsein

#### Eine literatur- und kulturwissenschaftliche Analyse der amerikanischen 1980er-Jahre bei Bret Easton Ellis

Ist Literatur nicht immer auch ein Spiegel von Realität(en), die es (im Kontext der jeweiligen Zeit) zu betrachten gilt?

Mein soziologischer Ausgangspunkt für die vorliegende literatur- und kulturwissenschaftliche Analyse der 1980er-Jahre war Bret Easton Ellis' Roman *American Psycho* (1991). Der US-amerikanische Autor zeichnet mit dem Monolog des Yuppie-Serienmörder-Protagonisten Patrick Bateman in New York von 1986 bis 1989 ein so radikal desillusioniertes und desillusionierendes Porträt einer Konsumgesellschaft, dass der im Vorfeld seiner Veröffentlichung als sexistisch, pornografisch, rassistisch und trivial gebrandmarkte Roman fast der Zensur zum Opfer gefallen wäre. Es war diese symbolische Zusammenführung zweier kultureller Phänomene der 1980er-Jahre – eines Yuppies, Verkörperung und Ziehkind des Reaganischen Amerikas und eines Serienmörders, seit Mitte der 1970er-Jahre popularisiert und medial ausgeschlachtet – im Extrembeispiel eines „Konsumenten“, was mich zur Feldforschung der 1980er-Jahre veranlasst hat. Das Ergebnis ist die vorliegende Dissertation in vier unabhängig voneinander bestehenden Teilen. Deren Bindeglied ist das Phänomen des Hyperkonsumismus, einem Zeitalter, in dem Wert und sozialer Status des Einzelnen mit materiellem Reichtum gleichgesetzt und individuelle Freiheit ideologisch zur Freiheit der Konsumentinnen und Konsumenten – „Konsumbewusstsein als Ich-Bewusstsein“ – umfunktioniert ist. Das Konsumieren als Maßstab aller Dinge sollte mit dem Eindringen der Marktideologie in alle Lebensbereiche und der Bewertung derselben nach ihrer Markttauglichkeit letztendlich zur Vergegenständlichung menschlicher Beziehungen führen. *Reaganomics* und die politische Kultur des *Reaganism* in den 1980er-Jahren waren für diese Entwicklung ausschlaggebend, wie Teil I mit einer gesellschaftspolitischen Untersuchung des Konsums und dessen Ideologie von ihren Anfängen mit der Industriellen Revolution und ihrem Höhepunkt in den 1980er-Jahren belegt; er ist auch Rahmenwerk für die Wertschätzung von *American Psycho* als Zeitdokument und für des Autors Funktion als Seismograf jener Dekade. In Teil II steht Bret Easton Ellis mit seinem literarischen Werk und seiner Biografie stellvertretend für die neue Vermarktung von Autorinnen und Autoren, ihr mediales Hype nach vor allem marktwirtschaftlichen Prinzipien. Durch die Ideologie des Hyperkonsumismus hat nachweislich auch eine Desensibilisierung stattgefunden, die – von der Politik als Teil des kapitalistischen Systems legitimiert – von der amerikanischen Populärkultur kontinuierlich tradiert und perpetuiert wird. Ellis hat mit der Kreation von *American Psycho* als Populärkulturtext seiner Zeit die 1980er-Jahre sprachlich „transkribiert“ und über die Verankerung des Romans in den Populärkulturtexten jener Zeit auch spürbar subversiv Ideologiekritik geübt, wie Teil III über ein dekonstruktives *close reading* dieses rezeptionsästhetisch vermeintlich flachen Textes zeigt. Teil IV umfasst das Ergebnis meines Populärkulturzitate-Vergleichs, die Rekonstruktion der 1980er-Jahre über das „Amerikabild“ in *American Psycho*: Als enzyklopädisch zusammengeführtes Populärkulturlexikon seiner Zeit mit über 1200 Einträgen zeigt es den tiefgreifenden Umbruch der USA von einem Produktionsland zu einer Dienstleistungsgesellschaft, von einer analogen zu einer digitalen Welt. Es belegt zugleich mit dem sich verändernden Selbstverständnis des Menschen von der Bürgerin bzw. dem Bürger hin zur Konsumentin bzw. zum Konsumenten seine Aktualität. Mit der Wahl Donald Trumps zum 45. Präsidenten der USA im Jahr 2016 – Trump ist ausgewiesenes Vorbild für den Yuppie-Serienmörder-Protagonisten im Roman – besitzt diese Dissertation unverändert gesellschaftspolitische Brisanz. Am Ende obliegt es den Leserinnen und Lesern dieser Arbeit, die vier Teile zu einem Ganzen zusammenzufügen und den „Hyperkonsumismus“ mit seinem tiefgreifenden Wandel in den 1980er-Jahren als globales Gesellschaftsphänomen im Heute zu begreifen.

## ABSTRACT

### Consumer Consciousness as Consciousness of Identity

A Literary and Cultural Analysis of the American 1980s as presented by  
Bret Easton Ellis.

Does literature not invariably mirror reality (or realities) that need to be reflected upon (within the context of the respective time)?

Accordingly, for this literary and cultural analysis of the 1980s, my sociological point of reference was Bret Easton Ellis' novel *American Psycho* (1991). Set in New York between 1986 and 1989, the story is told as a monologue through yuppie serial killer protagonist Patrick Bateman. The US author paints such a radically disillusioned and dehumanized picture of a consumer society that his novel, which was denounced as sexist, racist, pornographic, and trivial, was almost censored before its publication. This symbolic fusion of two cultural phenomena from the 1980s – a yuppie, the embodiment and offspring of Reagan's America, and a serial killer, a topic popularized and exploited by the media since the mid-1970s – to depict an extreme example of a "consumer" is what prompted me to conduct research of the 1980s. The result is this dissertation, which is divided into four independent parts. They are linked by the phenomenon of hyper-consumerism, an era in which the value and social status of the individual is equated with material wealth, and the freedom of the individual is ideologically transformed into consumer freedom – "Consumer Consciousness as Consciousness of Identity".

With the penetration of a "market ideology" into all areas of life and the evaluation of these areas according to their market viability, consumption as the measure of all things inevitably leads to the objectification of human relations. Part I offers a socio-political examination of consumption as an ideology, from its beginnings in the industrial revolution to its peak in the 1980s, that demonstrates how *Reaganomics* and the political culture of *Reaganism* in the 1980s were fundamental to this development. This part also lays the foundation for examining *American Psycho* as a contemporary, cultural document and the author's role as a seismograph of the 1980s. Part II shows how Bret Easton Ellis, through his literary work and biography, represents the new way of promoting authors and the media hype created around them according to the principles of the market economy. Through the ideology of hyper-consumerism, a desensitization has veritably also taken place, which – legitimized by politics as part of the capitalist system – continues to be handed down and perpetuated by American popular culture. In creating *American Psycho* as a popular cultural text, Ellis literally "transcribed" the 1980s as a period. The novel's anchoring in the popular culture texts of its time also allowed it to act as a noticeably subversive ideological critique, as Part III shows through a deconstructive close reading of this supposedly flat work in terms of reception aesthetics. In Part IV, I present the results of my comparison of references to popular culture, a reconstruction of the 1980s through the "American image" described in *American Psycho*. As an encyclopedic popular culture lexicon of its time with over 1,200 entries, it demonstrates the USA's profound change from a country of production to a service society and from an analog to a digital world. As such, also documenting the change of the individual's self-perception from citizens to consumers.

The dissertation remains relevant as it is also socio-politically poignant, as Donald Trump, who was elected the 45th president of the USA in 2016, is the acknowledged and referenced idol of the yuppie serial killer protagonist.

Ultimately, however, it is up to the readers of this work to combine the four parts into a whole and understand "hyper-consumerism" with its fundamental change in the 1980s as a global social phenomenon in today's world.

## Eine Notiz vor dem Vorwort

Die Überarbeitung dieser Dissertation hat aus beruflichen und persönlichen Gründen knapp 20 Jahre gedauert. Inhaltlich bleibt als Grundlage die Dissertation von 2004, aber bibliografische Angaben wie Links wurden, wo möglich, aktualisiert und mit der Überprüfung aller lexikalischen Einträge im Populärkulturlexikon der 1980er-Jahre auch Todeszahlen bis Oktober 2022 eingetragen. Die überarbeitete Fassung bezieht sich auf das Gutachten des Abschlusses, wo verschiedene Vorgaben (unter anderem sprachliche Änderungen und eine Digitalisierung der Arbeit) umgesetzt wurden; aber sie schreibt die Entwicklung nicht weiter. In diesem Zusammenhang wurden formale wie stilistische Eigenheiten dieser Dissertation bewusst beibehalten. Es handelt sich dabei um die einheitliche Verwendung von englischen Anführungszeichen, die in Englisch gesetzte Bibliografie und die damals übliche Form des Genderns mit dem Binnen-I, das durch Doppelnennungen und neutralen Formulierungen erweitert wurde, um eine wichtige gesellschaftspolitische Entwicklung aufzuzeigen: die Sichtbarkeit der Frauen! Auf eine geschlechtergerechte Sprache wurde dort verzichtet, wo die männliche Sprache Synonym für ein historisches Faktum ist bzw. sie sehr klar ein noch heute stark tradiertes patriarchales System aufzeigt.

## VORWORT

Die Wahl Donald Trumps zum 45. Präsidenten der USA im Jahr 2016 belegt die gesellschaftspolitische Brisanz dieser im Jahr 2004 verfassten Dissertation: Denn Trump war zwischen 1986–89, zur Entstehungszeit des Romans von Bret Easton Ellis, ausgewiesenes Vorbild für die Zeichnung des Yuppie-Serienmörder-Protagonisten Patrick Bateman in *American Psycho*.

Im weltweit vorherrschenden neoliberalen Wirtschaftssystem ist der Hyperkonsumismus, innerhalb dessen die gesellschaftliche Rolle und Ansprache des Menschen einzig an der Konsumentin bzw. am Konsumenten an- und festgelegt ist, stark verankert und wird durch ein immer neues oder erneuertes Produktangebot kontinuierlich legitimiert. Heute sind wir das, was wir kaufen. Unser „Ich-Bewusstsein“ ist mit dem „Konsumbewusstsein“ (ideo)logisch verknüpft. Diese Entwicklung betrifft nicht mehr allein die USA: Globalisierung und Digitalisierung haben die Verbreitung des Hyperkonsumismus weltweit forciert und mit den „digitalisierten“ (gläsernen) Konsumentinnen bzw. Konsumenten auch radikalisiert. „Dieses“ Ich steht nun im Vordergrund und rechtfertigt selbstbezogen die eigenen Aktionen, wie auch die Wirtschafts- und Finanzkrise von 2008 oder eben die Wahl Donald Trumps zum Präsidenten exemplarisch belegen. Marktpolitische Interessen bestimmen nach wie vor die Gesellschaftspolitik wie den persönlichen Alltag der Menschen als Konsumentinnen bzw. Konsumenten und verwehren – trotz weltweiter Katastrophen wie dem Klimawandel – die notwendige Einsicht auf radikale Ressourcenschonung und den Blick auf das Gemeinwohl. Ansätze eines gesellschaftspolitischen Umdenkens in Richtung Sharing Economy und eines geteilten (kollaborativen) Konsumverhaltens sind jedoch erkennbar und könnten durch die Digitalisierung auch eine globale gesellschaftspolitische Entwicklung erfahren und im stattfindenden Umbruch – Corona-Pandemie und (Ukraine-)Krieg in Europa im 21. Jahrhundert haben sowohl Solidarität als auch eine breite Polarisierung gezeigt – neue „Sicherheit(en)“ bieten.

2022 ist Bret Easton Ellis als Autor anerkannt und Teil des literarischen Kanons; er arbeitet als Drehbuchautor, als Produzent und Regisseur, als Schauspieler und Celebrity mit eigenem Podcast und ist dabei stets als Kulturkritiker präsent. Als Autor von *Lunar Park* (2005) und *Imperial Bedrooms* (2010) bleibt Ellis Seismograf seiner Zeit, verleiht der Welt seiner Protagonisten auch teils biografische Züge, bis 2019 sein erstes nicht-fiktionales Werk *White* erscheint: Darin setzt sich Bret Easton Ellis mit der herrschenden politischen Kultur und deren Zeitgeist auseinander und reflektiert ihre Entwicklung autobiografisch; bietet dabei Einblick in Einflüsse und Erfahrungen, die seine Kindheit, seine Jugend und seine Entwicklung als Bestsellerautor geprägt haben. Und wie die Steinchen in einem Mosaik haben sich diese mit meiner Auseinandersetzung mit Bret Easton Ellis und *American Psycho* begonnen zusammenzufügen und *American Psycho* als Populärkulturtext der 1980er-Jahre und als Zeitdokument bestätigt.

Warum diese Dissertation? Meine erste literarische Begegnung mit Bret Easton Ellis und *American Psycho* geht auf das Jahr 1995 und einen Moment der Intuition zurück: Hier hatte ein Autor radikal Zeitgeschichte geschrieben und die 1980er-Jahre in den USA und ihren Umbruch in ein neues Zeitalter seismografisch porträtiert. Als Jugendliche hatte ich dies damals als Unterton im Alltäglichen, als ein vages und stetes Gefühl des Unbehagens wahrgenommen, ohne es noch als „Phänomen des Hyperkonsumismus“ benennen zu können. Die (rationale) Aufarbeitung der 1980er-Jahre über den Roman und seinen Autor als auch ihrer gesellschaftspolitischen Auswirkungen wurden somit Ausgangspunkt und Triebfeder meiner persönlichen Motivation; alles, was ich in meinem Leben an Erfahrungen und Wissen gesammelt hatte, ob im Journalismus, Marketing oder als Kulturvermittlerin, sollte mir helfen, akribisch-dokumentarisch Zusammenhänge herzustellen und dem Thema in Breite wie Komplexität gerecht zu werden. Herausgekommen ist eine vielleicht etwas eigenwillige Dissertation mit vier eigenständig les- und interpretierbaren Teilen, die den „Hyperkonsumismus als Phänomen der 1980er-Jahre“ übergreifend begreift und herausarbeitet.

Um ein solches „Projekt“ schlussendlich in die Welt zu setzen, braucht es viel Vertrauen, Zeit und Durchhaltevermögen und vor allem Freiheit für Reflexion und Diskussion. Unkonventionell und forsch, mit langem Atem hat mich darin mein Doktorvater und Mentor, der Amerikanist Prof. Dr. Walter Grünzweig,

gefordert und begleitet. Ihm gebührt mein Herzensdank! Nachträglich will ich auch meinem zweiten Doktorvater, dem Amerikanisten Prof. Dr. Peter Freese, der 2018 leider verstorben ist, für sein akribisches Auge sowie für seine Inputs nach Entstehen der damals eingereichten Dissertation danken. Sie sind Grundlage für die vorliegende Publikation. My special thanks go to San Diego to Matthew for his long and loving support, to Jim for having been an inspiring “reference institution” in American pop culture and to professor Larry McCaffery for his voice sometime 'out of the desert', introducing me 'to the real'. *Last but not least* braucht es Menschen, die unterstützend wirken. Neben meiner großartigen Familie durfte ich auf ein Netzwerk von Freundinnen zurückgreifen und möchte hier stellvertretend Magdalena, Angelika und Sigrid nennen, die mir so großzügig Raum und Zeit zur Verfügung gestellt haben. Ihnen gebührt mein besonderer Dank!

**Meinen Eltern gewidmet**

# Inhaltsverzeichnis

|  |       |
|--|-------|
| <b>Einleitung</b>  | viii  |
| <b>Teil I</b>  |       |
| <b>DAS PHÄNOMEN DES HYPERKONSUMISMUS</b>   | 12    |
| <b>Vom Konsumismus zum Hyperkonsumismus</b>  | 13    |
| Eine Einführung zum Konsumbegriff  | 18    |
| Zur Entwicklung einer Konsumkultur am Beispiel der USA                                 | 25    |
| Die Anfänge des Konsums in den 1920er-Jahren und seine erste Ausgestaltung             | 25    |
| Zum Konsumismus der 1950er- und 1960er-Jahre   | 28    |
| Die Werbung und das Ethos der Selbsterfüllung  | 38    |
| <b>Die Ideologie des Hyperkonsumismus</b>  | 49    |
| Von der Ware zum Lebensstil  | 88    |
| <b>Teil II</b>   |       |
| <b>BRET EASTON ELLIS – Autor und Werk im Zeitalter des Hyperkonsumismus</b>            | 109   |
| <i>Less Than Zero (LTZ)</i>  | 116   |
| <i>The Rules of Attraction (TROA)</i>  | 121   |
| Die Veröffentlichungskontroverse um <i>American Psycho</i>                             | 125   |
| <i>American Psycho (AP)</i>  | 135   |
| <i>The Informers (TI)</i>  | 146   |
| <i>Glamorama (GL)</i>  | 150   |
| <b>AMERICAN PSYCHO – Literaturkritik im Zeitalter des Hyperkonsumismus</b>             | 158   |
| <b>Teil III</b>  |       |
| <b>AMERICAN PSYCHO – Porträt des Hyperkonsumismus</b>                                  | 172   |
| <b>Ein Populärkulturtext der 1980er-Jahre</b>  | 173   |
| Ein hyperkonsumistisches Wertesystem   | 180   |
| Der Hyperkonsument   | 194   |
| Das Leben als Konsumzyklus   | 209   |
| <b>'Sex and Violence' in <i>American Psycho</i></b>                                    | 212   |
| <i>Body Double</i>   | 212   |
| <i>Psycho</i>  | 233   |
| <i>Batman</i>  | 241   |
| "Zeit" im Hyperkonsumismus   | 252   |
| <b>Resümee</b>   | 256   |
| <b>Teil IV</b>   |       |
| <b>EIN KOMMENTIERTES POPULÄRKULTURLEXIKON ZU AMERICAN PSYCHO UND DEN 1980er-JAHREN</b> | 260   |
| <b>Lexikon von A-Z</b>   | 261   |
| Alphabetischer Index   | 500   |
| Übersicht zu Schwerpunktthemen   | 508   |
| <b>VERZEICHNISSE</b>   | i     |
| Literaturverzeichnis   | i     |
| Webverzeichnis   | xxxvi |
| Filmografie (inkl. Videos)   | xlili |
| Diskografie (inkl. Musicals)   | xlvi  |

## Einleitung

Seit seiner Veröffentlichung im Jahr 1991 ist der Roman *American Psycho*<sup>1</sup> des US-amerikanischen Bestseller-Autors Bret Easton Ellis als sexistisch, pornografisch und trivial gebrandmarkt worden. Der Monolog des Yuppies und Serienmörders Patrick Bateman im New York der zweiten Hälfte der 1980er-Jahre stellt die minutiöse Beschreibung einer Lebenswelt dar, die von einer Obsession an Äußerlichkeiten und neuen Konsumartikeln sowie von sexueller Perversion und Serienmorden geprägt ist. Ellis vermochte mit *American Psycho* ein so radikal desillusioniertes Porträt einer Konsumgesellschaft, deren Lebensrealität von Entmenschlichung und fehlender Ethik geprägt ist, zu zeichnen, dass *American Psycho* im Vorfeld seiner Veröffentlichung fast der Zensur zum Opfer gefallen wäre. Ausschlaggebend hierfür war nicht nur das (vermeintliche) Fehlen von jeglicher expliziten Kritik vonseiten des Autors an der von ihm dargestellten Welt und den Handlungen seiner Erzählerfigur, sondern – wie eine Analyse der Rezensionen bestätigt – das extrem gesellschaftskonservative Klima Anfang der 1990er-Jahre sowie der Schneeballeffekt eines Mediensystems, das seit den 1980ern auch im (amerikanischen) Buchhandel mehr denn je auf Sensationsberichterstattung drängt.

Der Autor Bret Easton Ellis steht mit seinem literarischen Werk und seiner Biografie stellvertretend für einen veränderten Literaturbetrieb, wo Autorinnen und Autoren zielgruppenspezifisch und wie mediale Stars vermarktet und (hyper-)konsumiert werden. Die mediale Vorverurteilung von Bret Easton Ellis' zweitem Bestseller (nach *Less Than Zero*) hat jedoch eine breite literatur- und kulturwissenschaftliche Auseinandersetzung mit *American Psycho* von Anfang an erschwert und Ellis' dritten Roman bezüglich seiner "Qualität" zu einem der umstrittensten Werke der US-amerikanischen Gegenwartsliteratur gemacht.

*American Psycho* ist eine Satire auf die Reagan-Ära, die irritiert. Die flache Ästhetik des Romans, mit der Ellis die USA in ihren Extremen – konsumorientiert, materialistisch, rassistisch, sexistisch und gewalttätig – plakativ beschreibt, lädt zweifellos zum unreflektierten Konsum ein. Der Text selbst ist der Monolog eines Yuppies und Serienmörders und folgt als solcher nicht nur inhaltlich, sondern auch formal dessen pathologischem Wahrnehmungsvermögen von Realität. Irritierend wirkt auf die LeserInnen dabei vor allem die permanente Spannung, welche sich gleich zu Beginn der Lektüre zwischen den Lesenden und dem Protagonisten aufbaut. Sie resultiert aus subtilen Identifikationsmechanismen mit dem Serienmörder, der von Ellis weder als Täter noch als positiver Held dargestellt wird. Ellis drängt die LeserInnen lediglich in die Wahrnehmungsperspektive des Yuppies und Serienmörders, wodurch diese dessen Lebensrhythmus und Aktionen unterworfen sind. Letztere erschöpfen sich eben in einem einzigen Konsumieren: von Produkten bis hin zu Menschen, wobei das Material – erkennbar – aus der US-amerikanischen Populärkultur stammt. Was Ellis den unreflektierten Leserinnen und Lesern mit Patrick Bateman, der sich und seine Umwelt konsumiert, radikal vor Augen zu führen vermag, ist das eigene hyperkonsumistische und voyeuristische Verhalten. Mit einer sprachlich-visuell eingeschriebenen Desensibilisierung im Text trägt Ellis durchaus zu einer weiteren Desensibilisierung bei. Ein intensives Lesen des Textes hat jedoch gezeigt, dass der Autor mit den Populärkulturreferenzen immer wieder auf die Funktionsmechanismen eines ideologisierten Diskurses verweist, bei dem jegliche Opposition durch Vereinnahmung im dominanten Diskurs seiner Subversion

---

<sup>1</sup> Alle Textzitate sind der englischen Originalversion der Vintage Contemporaries-Ausgabe von *American Psycho* (New York: 1991) entnommen.



beraubt wird. Ellis' Kritik an der Populärkultur hat in ihrem Diskurs einen Diskurs über sich selbst impliziert, der mittels Wiedererkennung der Textzitate seitens der Rezipierenden verschiedene Bestandsaufnahmen des Textes bietet. Damit kann Bret Easton Ellis' Aufforderung an die LeserInnen, mittels verschiedener Lektüren Eigenverantwortung in der Auseinandersetzung mit dem Text zu beweisen, letztendlich klar als Zeitkritik interpretiert werden.

Als Ronald Reagan bei seinem Regierungsantritt am 20. Januar 1981 – zehn Jahre vor Erscheinen von *American Psycho* – eine freie Wirtschaftsentwicklung zum Grundstein für einen Neubeginn in der Geschichte des US-amerikanischen Volkes machte, reagierte der neu gewählte Präsident vor allem auf ein tief verunsichertes amerikanisches Selbstbewusstsein. Die Wirtschaftskrise seit Mitte der 1970er-Jahre, der Vietnamkrieg, der Watergate-Skandal und die Geiselnahme im Iran hatten das amerikanische Grundvertrauen in Freiheit und Demokratie erschüttert. Eine Stärkung der Wirtschaft durch eine angebotsorientierte Wirtschafts- und Steuerpolitik würde – so die implizierte Botschaft des neu gewählten republikanischen Präsidenten – sowohl nach innen als auch nach außen zu einem gestärkten Selbstbewusstsein führen. Mit der Reaganschen Politik und Rhetorik wurde die Freiheit der AmerikanerInnen jedoch ideologisch zur Freiheit der Konsumentinnen und Konsumenten umfunktioniert und damit das Zeitalter des Hyperkonsumismus eingeleitet. Durch die Ideologie des Hyperkonsumismus hat nachweislich eine Desensibilisierung stattgefunden, die von der Politik legitimiert und von der amerikanischen Populärkultur als Teil des kapitalistischen Systems perpetuiert wurde und wird. Ellis hat diese Wirklichkeit bei seinen Leserinnen und Lesern spürbar dargelegt und mit der Kreation eines Populärkulturtextes ganz nebenbei amerikanische Zeitgeschichte geschrieben.

Im Laufe meiner Recherchen über die 1980er-Jahre in den USA habe ich die Entwicklung der USA von einem klassischen Produktions- zu einem Dienstleistungsland sowie die gesellschaftlichen Implikationen aufgrund der Reaganschen Regierungspolitik und Rhetorik nachzeichnen können. Was in den USA längst vollzogen ist, hat seit Mitte/Ende der 1990er-Jahre im Zuge der wirtschaftlichen Globalisierung auch in Europa stattgefunden: Der Umbruch in eine Dienstleistungs- und Informationsgesellschaft, in welcher der Mensch mehr denn je die Rolle der Konsumentin oder des Konsumenten einnimmt. Der Begriff des Neoliberalismus steht hierfür Pate. In Amerika bestimmt bis heute die politische Kultur des *Reaganism* – Wegbereiter des (globalen) Neoliberalismus – das gesellschaftspolitische wie wirtschaftliche Denken; eine Tatsache, die sich immer häufiger als sozialer Sprengstoff erweist.

Um dem “Konsumbewusstsein als Ich-Bewusstsein als Phänomen des Zeitalters des Hyperkonsumismus” sowohl literatur- als auch kulturwissenschaftlich in einer Auseinandersetzung gerecht zu werden, habe ich, ausgehend vom Autor Bret Easton Ellis, die vorliegende Arbeit in vier Teile geteilt. Alle Teile haben den “Hyperkonsumismus” als Themenschwerpunkt. Sie sind formal und inhaltlich in sich abgeschlossen, ergänzen sich jedoch gegenseitig in ihrer Aussage. Allerdings bieten die einzelnen Teile unterschiedliche Betrachtungen des Hyperkonsumismus, weswegen die vorliegende Arbeit je nach Interessenschwerpunkt in beliebiger Reihenfolge gelesen werden kann.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Ausgangspunkt und Grundlage dieser Dissertation war meine 1999 am Institut für Amerikanistik der Geisteswissenschaftlichen Fakultät der Karl-Franzens-Universität Graz vorgelegte, (unveröffentlichte) Magisterarbeit “Hyperkonsumismus in Bret Easton Ellis' *American Psycho*”, die hier in Thematik, Tiefe und Breite weiterentwickelt ist.

Ausgehend von der porträtierten, radikalen Darstellung des “Konsumentendaseins” im fiktiven Text *American Psycho* habe ich mich mit der Entwicklung des Konsums auseinandergesetzt.

Teil I bietet eine wirtschafts- und gesellschaftspolitische Auseinandersetzung mit der Geschichte des Konsums, mit seiner ideologischen Verflechtung im US-amerikanischen (und globalen) Leben seit den 1950er-Jahren und seinem Höhepunkt, dem Hyperkonsumismus in den 1980er-Jahren. Dieser beschreibt, wie bereits angedeutet, einen Wendepunkt im bisherigen konsumkapitalistischen Wirtschaftssystem, in dem die gesellschaftliche Rolle des Menschen an der Konsumentin bzw. am Konsumenten an- und festgelegt ist.

Teil II zeigt das “Hypen” eines Bestsellerautors in der Ära des Hyperkonsumismus, wobei dieses spezifische Zeitgefühl gerade mit den Romanen von Bret Easton Ellis auf höchst originelle Art und Weise vermittelt und auch kritisiert wird. Mit einer Darstellung der Veröffentlichungsgeschichte von *American Psycho* möchte ich auf das kulturpolitische Klima um 1990 aufmerksam machen. Dieses Klima hat nicht nur eine breite Auseinandersetzung mit dem Roman unmöglich gemacht, sondern auch die Hilflosigkeit der traditionellen Literaturkritik im Umgang mit dem neuen Text gezeigt. Als “kunstvoll strukturierter” Populärkulturtext überwindet *American Psycho* die “traditionelle Unterscheidung zwischen *high* und *low*” in Bezug auf die Qualität von Literatur.<sup>3</sup> Die Veröffentlichungsgeschichte selbst ist zudem bestes Beispiel für das Hypen eines Bestsellers, aber auch für die Spielregeln im Umgang mit Literatur im Zeitalter des Hyperkonsumismus. Eine biografische Skizze und literarische Kontextualisierung des Autors sowie eine Auseinandersetzung mit weiteren, über *American Psycho* erschienenen Publikationen vervollständigt meine Auseinandersetzung mit Bret Easton Ellis.

Teil III befasst sich mit dem Ausgangstext der vorliegenden Arbeit, mit *American Psycho* als Porträt des Hyperkonsumismus. In einer formalen und inhaltlichen Darlegung der Textstruktur von *American Psycho* zeige ich auf, wie Bret Easton Ellis seinen kohärenten, oberflächlichen und plakativen Populärkulturtext, der offen zu einem voyeuristischen, konsumistischen Lesen einlädt, konstruiert hat. Mit der Darstellung der Erzählstruktur (als sprachlich visualisiertem Film) belege ich zugleich die im Text implizite politische und kulturelle Kritik als Funktionsmechanismus und damit die Bedeutung von *American Psycho* als Zeitdokument.

Teil IV ist das Ergebnis meines Zitatvergleichs von *American Psycho* mit den Populärkulturtexten der US-amerikanischen 1980er-Jahre. Es ist ein Lexikon der Populärkultur mit Schwerpunkt auf den “1980ern”, welches Bret Easton Ellis’ kunstvoll strukturierten Text *American Psycho* mit seinen Verweisen, sozusagen als Nachschlagewerk, kontextualisiert und das zugleich Merkmale des Hyperkonsumismus und seiner Entwicklung dokumentiert. Zudem stellt dieses Lexikon auch eine Gegenstrategie zu einer hyperkonsumistischen Lesart dar, in der Zusatzinformationen, Denkanstöße und Widersprüche ein schnelles, oberflächliches Lesen unmöglich machen. Dieses Populärkultur-Lexikon der US-amerikanischen 1980er-

---

<sup>3</sup> Vgl. hier Horst Steur, *Der Schein und das Nichts*, Arbeiten zur Amerikanistik 13, Hg. Peter Freese, Dissertation Paderborn, 1994 (Essen: Die Blaue Eule, 1995), der mit seiner Dissertation über Bret Easton Ellis ersten Roman *Less Than Zero* Leslie Fiedlers “Forderung nach der Überwindung der traditionellen Unterscheidung zwischen *high* und *low* im Hinblick auf die Qualität literarischer Texte bei der Untersuchung eines repräsentativen Beispiels” nachkam und belegte, dass *Less Than Zero* “kunstvoller strukturiert ist und einen tieferen Sinn aufweist, als traditionelle Kritiker erkennen konnten und wahrhaben wollten” (247–52). Vgl. Leslie A. Fiedler, “Cross the Border – Close That Gap: Post-Modernism,” *American Literature since 1900*, ed. Marcus Cuncliff (London: Sphere, 1975): 344–66. Steurs Auseinandersetzung bot mir eine wesentliche Grundlage der inhaltlichen wie formalen Auseinandersetzung mit dem Werk von Bret Easton Ellis.

Jahre wird vielmehr die ungemene Komplexität aller Fragestellungen und Entwicklungen in diesem (globalen) Zeitalter belegen – und damit auch das Ende eines einheitlichen, simplifizierenden Weltbildes.

|  |    |
|--|----|
| <b>Teil I</b>  |    |
| <b>DAS PHÄNOMEN DES HYPERKONSUMISMUS</b>                                   | 12 |
| <b>Vom Konsumismus zum Hyperkonsumismus</b>                                | 13 |
| Eine Einführung zum Konsumbegriff  | 18 |
| Zur Entwicklung einer Konsumkultur am Beispiel der USA                     | 25 |
| Die Anfänge des Konsums in den 1920er-Jahren und seine erste Ausgestaltung | 25 |
| Zum Konsumismus der 1950er- und 1960er-Jahre                               | 28 |
| Die Werbung und das Ethos der Selbsterfüllung                              | 38 |
| <b>Die Ideologie des Hyperkonsumismus</b>                                  | 49 |
| Von der Ware zum Lebensstil  | 88 |

# Teil I

## DAS PHÄNOMEN DES HYPERKONSUMISMUS

### Vom Konsumismus zum Hyperkonsumismus

Der Begriff des 'Hyperkonsumismus'<sup>4</sup> hat bei Vorlage dieser Dissertation im Jahr 2004 noch nicht Eingang in die Lexika gefunden. Das ist nicht weiter verwunderlich, denn der Begriff kennzeichnet eine gesellschaftliche Entwicklung, die erst ab Mitte der 1990er-Jahre in ihrer Tragweite erkannt wurde und zur westlichen Konsum- und Wegwerf- bzw. Überflussgesellschaft geführt hat. Wie das Wort Hyperkonsumismus bereits impliziert, geht es nicht nur um ein Konsumieren, sondern um ein übermäßiges Konsumieren, das sich auch wertauffassungsmäßig auswirkt:

This [...] ideology emphasized not merely consuming, but consuming *a lot*, and it was in the areas of information, data technology (read: computers), and mass culture where the greatest potential for growth lay. Such a change in the amount of consumption required a corresponding acceleration of obsolescence and an increase in the rate of turnover (both would ensure that customers would want/need new products to replace the old). Voilà: America's Society of the Spectacle, a place of frantic, ever escalating *panic* buying and selling; near infinite reproducibility; *and* disposability.<sup>5</sup>

Im Hyperkonsumismus – der Ideologie<sup>6</sup> des übermäßigen Konsums – ist ein "gutes" Leben mit Konsumieren gleichgesetzt, wobei das Konsumieren selbst die Dimension einer Ersatzreligion angenommen hat. Eine Auseinandersetzung mit den 1980er-Jahren belegt – und das ist hier der springende Punkt – die Entwicklung des Konsums und der Konsumideologie hin zum Zeitalter des Hyperkonsumismus, wo Wert und sozialer Status des Einzelnen mit materiellem Reichtum gleichgesetzt werden und der Mensch als KonsumentIn definiert und angesprochen wird. Das Konsumieren als Maßstab aller Dinge hat zwangsläufig zur Vergegenständlichung menschlicher Beziehungen und zum Eindringen der Marktideologie in alle Lebensbereiche und der Bewertung derselben nach ihrer Markttauglichkeit geführt. Im Zeitalter des Hyperkonsumismus wird der Mensch als KonsumentIn verstanden und individuelle Freiheit als Auswahlmöglichkeit. Die politische Kultur des *Reaganism* und seiner *Reaganomics* sollten hierbei ausschlaggebend sein.

<sup>4</sup> *Brockhaus Enzyklopädie* (Mannheim: F. A. Brockhaus, 1989) 342: "Hyper . . . [griech. Hypér >über<, >über – hinaus<'], Präfix mit der Bedeutung: über der Norm liegend, über ein bestimmtes Maß, eine bestimmte Anzahl hinausgehend." Allerdings findet sich in den verschiedenen Nachschlagewerken bereits eine Erscheinungsform des Hyperkonsumismus, der "Hypermarkt: eine größen- und angebotsmäßige Steigerung des Supermarktes".

<sup>5</sup> Larry McCaffery, *Avant-Pop: Still Life After Yesterday's Crash* (New York: Penguin, 1995) xviii.

<sup>6</sup> IDEOLOGIE = "das Grundlegende des menschlichen Handelns. [...] Eine Ideologie dient, bewußt oder unbewußt, zur Rechtfertigung von Interessen." In *Bertelsmann Universallexikon*. Hg. Lexikon-Institut Bertelsmann (Gütersloh: Bertelsmann, 1996) 386. Das *DBG Lexikon* unterteilt den Begriff "Ideologie" weiters kontextspezifisch: "die Gesamtheit der Anschauungen (Ideen), auf die sich ein politisch, religiös oder philosophisch bedingtes Weltbild gründet; soziologisch als *Klassen-Ideologie*, das auf geistigen Grundlagen beruhende politische Programm einer Klasse oder Gruppe; staatspolitisch in den modernen Diktaturen das zu Propagandathesen vereinfachte Gesamtprogramm als Mittel zur Gleichschaltung; psychologisch der nachträgliche gedankliche "Überbau", der als Rechtfertigung und zur Begründung von Handlungen und Verhaltensweisen dient und die unbewußten Antriebskräfte verklären soll." In *Das DBG Lexikon*. (2. Band) (Frankfurt a/M: Ullstein, 1963) 200. Vgl. auch Louis Althusser's marxistische Kulturkritik und Jacques Lacans strukturalistische Kulturkritik auf der Basis von Sigmund Freud zur Neudefinition des Ideologiebegriffes im Hinblick auf Wahrnehmung und Erkenntnis: Ideologie als "Repräsentation der *imaginären* Beziehung des Subjekts zu seinen/ihren realen Existenzbedingungen" in Fredric Jameson, "Postmoderne – Zur Logik der Kultur im Spätkapitalismus," In *Postmoderne. Zeichen eines kulturellen Wandels*, Hg. Andreas Huyssen/Klaus R. Scherpe (Reinbek: Rowohlt, 1986) 97 ff.

Bevor ich diese Entwicklung zum Hyperkonsumismus in den 1980er-Jahren nachzeichne,<sup>7</sup> möchte ich jedoch grundsätzlich anmerken, dass viele der folgenden Ausführungen zu Entwicklung und Gestalt einer hyperkonsumistischen Gesellschaft normal und keinesfalls mehr ungewöhnlich erscheinen werden, da sie zu diesem Zeitpunkt (2004) bereits Grundlage und Wesensmerkmal des westlichen, kapitalistischen Alltagslebens sind.<sup>8</sup>

Viele Entwicklungen – vorwiegend im Informations- und Kommunikationsbereich sowie in der Massenkultur<sup>9</sup> – haben ihre Ursprünge in der Konsumkultur der 1950er-Jahre, wurden aber mit dem Hyperkonsumismus der 1980er-Jahre auf breiter Basis popularisiert: Der letzte Schub an technisch-wissenschaftlichen Erkenntnissen und Entwicklungen sowie an wirtschaftlichen Umbrüchen geschah sehr schnell und in unvergleichlich kurzer Zeit. Gerade ob ihrer Wucht haben diese Entwicklungen in den 1980er-Jahren den amerikanischen Alltag auf digitaler Basis revolutioniert und im Zuge der Globalisierung den Rest der Welt erreicht. Diese digitale Revolution in den 1980er-Jahren ist am besten am Phänomen der Wissensverdoppelung sichtbar: “Was immer die Menschen seit Anbeginn der Menschheitsgeschichte bis zum Jahr 1983 an Wissen erworben haben, 1988 verfügen sie über doppelt so viele Kenntnisse.”<sup>10</sup> Das Wissen war aufgrund der Möglichkeit, Daten zu sammeln, zu speichern und (in den 1990ern bereits interaktiv und virtuell) zu verarbeiten, explodiert.<sup>11</sup> Anfang des zweiten Jahrtausends wird die Zeit 35-mal schneller erlebt als ein gleichaltriger Mensch sie im Jahre 1960 erlebte.<sup>12</sup> Eine derartige Beschleunigung ist psychologisch eigentlich nicht verkraftbar.

Meine Auseinandersetzung mit dem Phänomen des Hyperkonsumismus wird unter anderem belegen, dass sich in den 1980er-Jahren – bedeutungsähnlich mit der Industriellen Revolution (1750–1850) – die “elektronisch-digitale Revolution” vollzogen hat, welche 1994 mit der Popularisierung des Internets als virtuellem Schnittpunkt von Technik und menschlicher Imagination einen ersten Höhepunkt erreicht hat.<sup>13</sup>

---

<sup>7</sup> Hierfür habe ich mich auf die für mich aussagekräftigsten Publikationen, die die wirtschafts- wie gesellschaftspolitische Entwicklung der USA und die Geschichte des Konsums beschreiben gestützt, um das Bild der 1980er-Jahre, das Bret Easton Ellis in und mit seinem Roman *American Psycho* zeichnet, zu kontextualisieren.

<sup>8</sup> Vgl. hierzu Fußnote 6.

<sup>9</sup> Jameson, 97 ff.

<sup>10</sup> Felix R. Paturi, *Chronik der Technik* (Dortmund: Chronik, 1988) 584 ff.: Das Wissensintervall hat sich immer mehr verkürzt und beträgt Ende der 1980er-Jahre etwa 3–5 Jahre. Die Wissensverdoppelung bezeichnet damit “alle mit den Mitteln theoretischer und praktischer wissenschaftlicher Forschung für den Menschen zugänglichen Kenntnisse.” Sie bezieht sich auf einen “quantitativen Gewinn an Daten” und bedeutet damit “nicht unbedingt qualitativ neue Erkenntnisse.” Darauf verweist auch der Spiegel-Autor David Shenk in “Wider den Datensmog” (*Der Spiegel* 10. Mai 1999, 156), der die “menschliche” Resorption von Wissen bzw. von Unmengen an Informationen einerseits und einen selbstbestimmten und nicht “versklavten” Umgang mit den neuen Technologien andererseits als Herausforderungen der Zukunft sieht.

<sup>11</sup> Siehe den Eintrag zum Thema COMPUTER in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>12</sup> Vgl. das Interview mit dem Pädagogen und Geschäftsführer des österreichischen Bildungsforums für fördernde und präventive Jugendarbeit Gerald Koller in “Aber was mach ich von vier bis zwölf?” ff 9. Mai 2002: 35.

<sup>13</sup> Siehe hierzu die Diplomarbeit *Telepräsenz* von Peter Grünfelder im Fachbereich Visuelle Kommunikation (Berlin: Hochschule der Künste, 1998): Der Mediendesigner hat auf der Basis der menschlichen Evolutionsgeschichte die Entwicklung des Computers und damit “virtueller” Realitäten untersucht und letztere als neue Entwicklungsstufe der Evolutionsgeschichte beurteilt: “Die Kultur der Simulation – Simulationen entstehen mittels verbaler, akustischer und visueller Modelle, die im Computer gebaut werden, aber erst im Kopf des Betrachters erneut zu Bedeutung zusammengesetzt werden [und] uns neue Welten, wie z. B. die Mikro- bzw. Makrowelt [erschließen] – hat [...] unser Bewusstsein und unser Körperverständnis verändert. Vor fünfzehn Jahren begann man sich gerade an die Vorstellung zu gewöhnen, dass Computer den Intellekt einer Person repräsentieren können. Heute gewöhnen sich immer mehr Menschen [daran], mit dem Computer ihre physische Gegenwart zu erweitern, z. B., um in Echtzeit Videoverbindungen herzustellen und gemeinsame virtuelle Konferenzen abzuhalten.” (66 ff.) Grünfelder zeigt weiter auf, dass der Ausgangspunkt dieser Entwicklung das Internet in den 1970er-Jahren war, worin sich virtuelle Gemeinschaften – zunächst textbasiert

Entscheidende Merkmale für meinen Vergleich mit den tiefgreifenden sozialen und wirtschaftlichen Veränderungen, welche durch die Industrielle Revolution bewirkt worden waren, waren die Entwicklung der Elektronik, hierbei vor allem die "Halbleitertechnik nach 1957" und damit die moderne Datenverarbeitung sowie die Entwicklung des Kunststoffes. Beide Hochtechnologien waren im Gegensatz zur zweckfreien Grundlagenforschung vor dem Zweiten Weltkrieg "zum größten Teil aus militärischer Forschung und aus Raumfahrtprojekten erwachsen".<sup>14</sup> Als moderne Errungenschaften haben sie "den Lebensstil in den Industriestaaten" – zuerst in den USA und ein Jahrzehnt nach dem Wiederaufbau auch in Europa – grundlegend verändert und die Welt dahingehend gestaltet, wie wir sie jetzt kennen: geprägt von "Massenmedien und Massenkommunikationsmitteln [...]", modernen Sicherheitskonzepten und -systemen, "leistungsgesteuerten Haushaltsgeräten", überall gegenwärtiger "EDV"-Organisation, hoch spezialisierten Forschungslabors und "klinischen Diagnose- und Therapiezentren", "Bankautomaten", "Supermarktkassen, [...]", Kommunikationssatelliten, virtuell kreierte Filmwelten und unendlich mehr.<sup>15</sup> Diese technischen Veränderungen haben auch einen grundlegenden Wandel in der Denkweise bzw. in der Art des Umgangs miteinander bewirkt und nach den britischen Sozialwissenschaftlern Yiannis Gabriel und Tim Lang in ihrem Buch *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and Its Fragmentation* 1995 dabei die Position des Menschen in einer globalen und spätkapitalistischen Welt als Konsumentin bzw. Konsumenten definiert:

[...] we have gradually learnt to talk and think of each other and of ourselves less as workers, citizens, parents or teachers, and more of consumers. Our rights and our powers derive from our standing as consumers, our political choices are votes for those promising us the best deal as consumers, our enjoyment of life is almost synonymous with the quantities of (and to a lesser extent qualities) of what we consume. Our success is

---

über das Bildschirmfenster (Server) eines bestimmten Software-Programms (Client: Telnet) – aus der linguistischen Vorstellungskraft des Benutzers heraus konstituiert hatten; es handelte sich dabei um sogenannte MUDs (Multi User Dungeons) "Rollenspiele, in denen man mittels Tastatur kommunizieren, navigieren und konstruieren konnte. [...] Neben MUDs gibt es heute eine Vielzahl weiterentwickelter virtueller 2D- und 3D-Umgebungen, [wobei] die Weiterentwicklung im Bereich der Abbildung von Objekten, der Örtlichkeit und der Repräsentation der Benutzer selbst [stattfand]." Mit der Erfindung der ersten Online-Umgebung "Habitat" Mitte der 1980er-Jahre durch die Lucasfilm LTd. für den Commodore-Computer 64 konnte erstmals die eigene Erscheinung im virtuellen Raum grafisch gestaltet werden, später auch akustisch. Entscheidend für einen breiten Durchbruch sei aber eine plattformübergreifende Software gewesen, die "von verschiedenen Computerbetriebssystemen gelesen und dargestellt werden [konnte]". Nach einem Konzept von Tim Berners-Lee 1989 habe das europäische Forschungszentrum CERN in der Schweiz für den internen Informationsaustausch von Daten auf verschiedenen Rechnersystemen eine eigene Programmiersprache entwickelt: HTML (Hyper Text Modeling Language). Diese "Scriptsprache für die Präsentation von 2D-Multimediaten im Internet" sollte zur Begründung des World Wide Web und dessen Freigabe an die Öffentlichkeit 1991 führen. Seine Popularisierung ab Mitte der 1990er-Jahre brachte den Durchbruch für eine weltweite, plattformunabhängige Kommunikation eben auf der Oberfläche des WWW (World Wide Web). Neben der Weiterentwicklung der standardisierten HTML-Sprache liegt die "Zukunft der virtuellen Welten" Grünfelder zufolge in einer Verbesserung der VRML (Virtual Reality Modeling Language). Mit dieser standardisierten Scriptsprache können 3D-Modelle auf einem Server platziert und mittels herkömmlicher Web-Browser (z. B. Netscape) von anderen virtuellen Menschen "besucht" werden. Die Popularisierung einer solchen Entwicklung scheiterte noch an unzureichenden Netzwerk- und Rechnerleistungen; es gibt allerdings bereits 3D-Online-Welten, in denen verschiedene Medien eingebunden sind. Diese können über verschiedene Medien betreten oder es kann darüber multimedial, das heißt plattformübergreifend und damit multidimensional und weltweit vernetzt kommuniziert werden (z. B. interaktives Fernsehen, Intranets). Die Schnittstellen zwischen Mensch und Maschine, sogenannte "Interfaces" werden dabei immer komplexer, wobei Botschaft und Schnittstelle die Grundbausteine von Konversation sind: Interfaces von Soft- und Hardware sind sozusagen gleichermaßen einem Wandel unterzogen, wobei sich beide Schnittstellen völlig "nach den geistigen oder physischen Bedürfnissen" bei der Benutzung richten und letztendlich die "nahtlose" Schnittstelle angestrebt wird: Das heißt im Klartext, dass der Mensch mit all seinen Sinnen immer mehr virtuell vereinnahmt wird und dass soziale Werte auf virtuelle Räume übertragen werden, da sich das gesellschaftliche Leben immer mehr in Computernetzwerken abspielt. "Homepages" werden durch "Homeworlds" ersetzt, worin der Einzelne in Raum und Zeit mehrdimensional und in vielen Ichs zugleich präsent sein wird. So Peter Grünfelder zusammengefasst in seiner Diplomarbeit von 1998.

<sup>14</sup>

Paturi, 448.  
<sup>15</sup> Ebda., 448 f.

measured in terms of how well we are doing as consumers. Consumption is not just a means of fulfilling needs but permeates our social relations, perceptions and images.<sup>16</sup>

Das Ende des Kalten Krieges und der Zusammenbruch des Kommunismus im Jahr 1989 belegen die Grundsätzlichkeit dieser Feststellung, denn seither ist der Konsumismus bzw. Konsumkapitalismus die unangefochtene Ideologie unserer Zeit. Die VerfechterInnen einer individuellen bzw. breiten, kapitalistischen Wohlfahrtsförderung finden sich heute – bis auf die kommunistischen Parteien – in allen Parteispektren. Mit der (angelsächsisch-)amerikanischen Version am Ende des 20. Jahrhunderts, dem Hyperkonsumismus, wurde eine Expansion spätkapitalistischer Interessen in Gestalt eines Neoliberalismus legitimiert, die mit ihrem Eindringen in alle Lebensbereiche letztendlich zum totalen Warencharakter unserer westlichen Gesellschaft geführt hat.<sup>17</sup> Der Neoliberalismus oder auch *Neo-Laissez-faire*-Kapitalismus – das Wort impliziert die Neuauflage des *Laissez faire*-Kapitalismus in seiner Tradition am Ende des 19. Jahrhunderts und ist nicht mit der politischen (eher mitte-links-gerichteten) liberalen Tradition zu verwechseln – sieht die Zurücknahme des Staates in allen öffentlichen Bereichen und die gleichzeitige Einflussnahme der Privatwirtschaft zugunsten einer Gewinnmaximierung vor. Politischer Wegbereiter in den USA war Ronald Reagan, der – über die politische Kultur des *Reaganism* und seiner *Reaganomics*-Wirtschaftspolitik – den “Staat” erstmals als “Problem” deklarierte und seine Unterwerfung unter den Prinzipien des freien Marktes forderte. Die sich parallel verändernden Arbeitsbedingungen in einer Dienstleistungsgesellschaft in einer zunehmend globalen Wirtschaft beschleunigten den Prozess der Verbreitung einer marktideologischen Verhaltens- und Denkweise. In einer neoliberalen Wirtschaft muss sich das Individuum zunehmend selbst vermarkten und trägt die alleinige Verantwortung für seinen (sozialen) Erfolg.<sup>18</sup>

Mit dieser Kommodifizierung des Alltagslebens ist eine Werteverstärkung vom Subjekt zum Objekt einhergegangen, was wiederum die Beurteilung von (Lebens-)Beziehungen auf ihren Gebrauchswert und ihre Nutzung hin verändert hat: Der individuelle Konsum ist entscheidend für soziales Prestige und Status, wobei die Kluft zwischen Reich (erfolgreichen Konsumentinnen und Konsumenten) und Arm (chancenlosen Konsumentinnen und Konsumenten) immer größer wird.<sup>19</sup> Diese Entwicklung hat national und international wiederum eine neue Klassengesellschaft hervorgebracht.<sup>20</sup> Auf globaler Ebene hat die unterschiedliche Konsummöglichkeit durch neue computergesteuerte bzw. -unterstützte Produktionsformen zu einem neuen Kolonialismus zwischen Industrie- und Entwicklungsländern bzw. einem starken Nord-Süd-Gefälle geführt<sup>21</sup>: In den Entwicklungsländern wird billig produziert (wobei nur ein kleiner Teil der Bevölkerung vom

<sup>16</sup> Yiannis Gabriel and Tim Lang, *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and Its Fragmentation* (London: SAGE, 1995) 1. Der Soziologe Gabriel und der Sozialpsychologe und Forscher in Ernährungsmittelpolitik Lang teilen in ihrem Buch den Wohlstand der amerikanischen Bevölkerung erstmals nach dem Vermögen ihrer Bürgerinnen und Bürger zu konsumieren ein.

<sup>17</sup> Vgl. auch Ulrich Beck, *Risikogesellschaft* (Frankfurt: Suhrkamp 1986)

<sup>18</sup> Siehe hierzu auch W. Lanthaler und J. Zugmann, *Die ICH-Aktie* (Frankfurt: FAZ-Verlag, 2001)

<sup>19</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 1.

<sup>20</sup> Vgl. Karte 13 des “Atlas des 20. Jahrhunderts” in *Der Standard* 21. April 1999. 1990 wird im Rahmen des Entwicklungsprogramms der Vereinten Nationen (UNDP) der HDI (Human Development Index) – der “Index der menschlichen Entwicklung” – erstellt. Die Determinanten des HDI sind neben dem Einkommen, auch die Lebenserwartung, der Bildungsgrad und der Lebensstandard, gemessen an der tatsächlichen Kaufkraft. Damit gelingt es der UNO, ein realistischeres “Bild [des Wohlstandes in] der Welt” zu zeichnen: “Neue Armut-Blöcke werden sichtbar, vor allem in Afrika und Südostasien aber auch in Russland und anderen Staaten der ehemaligen Sowjetunion”.

<sup>21</sup> Ebda: “Entwicklungsländer” (DCs, developing countries) sind laut Weltbank “Länder, deren BIP pro Einwohner unter 9000 US-Dollar pro Jahr beträgt. Die Länder Osteuropas und Russland zählen nicht zu dieser Gruppe. [...] Im Jahr 1900 leben von 1,63 Milliarden Menschen auf der Welt 70 % in Ländern, die heute Entwicklungsländer genannt werden. 1950 beträgt die Weltbevölkerung 2,58 Milliarden Menschen; 75 % leben



investierten Kapital profitiert bzw. vor Ort bestehende Marktstrukturen verdrängt werden) und in den Industrieländern günstig konsumiert (auch dort haben kleinere Betriebe immer weniger Chancen, sich gegenüber den Großunternehmen wettbewerbsmäßig durchzusetzen und setzen deshalb auf Nischenprodukte oder individuell gestalteten Service). Bei den steigenden Unternehmensprofiten zeichnet sich ab, dass die multinationalen Unternehmen Nutznießende dieser (unkontrollierbaren) globalen Wirtschaftsform sind. Diese Entwicklung sollte eine neue kapitalistische Phase ankünden, die zunächst einmal als “disorganized capitalism”<sup>22</sup> charakterisiert werden kann: “economic structures are loosened, capital becomes increasingly mobile, and markets, trade and labour become increasingly de-regulated.”<sup>23</sup> Mit einer globalen (und damit flexibleren) Standortentwicklung werden bei den seit den 1980ern gängigen Fusionen oder Übernahmen zur Vergrößerung, Stärkung bzw. Spezialisierung von Unternehmen Steuern heute dort bezahlt, wo sie für das Unternehmen am günstigsten sind. Das bedeutet für die Regierungen in den Industrieländern, dass sie “interessante” Investitionsmöglichkeiten in Form niedriger Steuersätze und Lohnnebenkosten für die Unternehmen anbieten müssen, um multinationale Unternehmen “halten” bzw. um als Incentives für neue Unternehmen wirken zu können und um – nach den VerfechterInnen dieser neuen Wirtschaftsideologie – auch grundsätzlich eine Wirtschaftsentwicklung bewirken zu können.<sup>24</sup> Da die Regierungen mehr denn je zur Finanzierung öffentlicher Infrastrukturen auf die Steuergelder der multinationalen bzw. Großunternehmen angewiesen sind, sind sie somit leicht erpressbar geworden. Jede soziale Verpflichtung des Eigentums zum Wohle der Allgemeinheit – wie es in den meisten europäischen Verfassungen niedergeschrieben ist – sollte hiermit in den 1990er-Jahren ad absurdum geführt werden.

Leichte “Opfer” dieses aggressiven Konsumkapitalismus oder Hyperkonsumismus in einer westlichen Gesellschaft sind Kinder. Als jüngste Konsumierende sind sie im Wirtschaftsgefüge nicht nur unentbehrlich geworden<sup>25</sup> und werden ob ihres erkannten Status als Konsumierende nun früher denn je ihrer Kindheit beraubt<sup>26</sup>, sondern sind auch von Anfang an unfairen Werbeattacken ausgesetzt.<sup>27</sup>

Children spontaneously like certain things and dislike others; they do not construct identities around them. [...] Yet, by the time they reach school age, likes and dislikes lose their innocence. Liking unfashionable toys, making friends with unpopular children, wearing old-fashioned shoes, these things become tied to image and identity. By early adolescence, virtually every choice becomes tainted by image-consciousness. Smoking, drinking, eating, clothes, accents, hairstyles, friendships, music, sport and virtually every like and dislike

---

in Entwicklungsländern. 1999 leben von den 5,8 Milliarden Menschen auf der Welt 83 % in den sogenannten Entwicklungsländern.”

<sup>22</sup> Gabriel and Lang, 22.

<sup>23</sup> Ebda.

<sup>24</sup> Vgl. auch ebda.

<sup>25</sup> Vgl. die Ö1-Sendung *Radiokolleg* vom 3. März 1999 zum Thema Konsum (Titel “Genug ist nicht genug”) von Hannes Dobelhofer, wonach 1998 in Österreich 350 Mrd. Schilling von Kindern und für Kinder ausgegeben wurden.

<sup>26</sup> Vgl. “Fernsehen macht Kinder krank” *dpa/Medien/Alarm* 13. März 1999: 11. Demnach wurden folgende Angaben auf dem 1999 stattfindenden Kongress für Jugendmedizin in Weimar bekannt: “In Deutschland verbringen 3–5-jährige Kinder im Durchschnitt fast 80 Minuten täglich vor dem Bildschirm; 1/3 der 9–10-Jährigen hat sogar einen eigenen Fernsehapparat. Das Fernsehen stellt in den 1990er-Jahren in allen Altersgruppen die Freizeitbeschäftigung Nummer eins dar. Nach der Familie ist das Fernsehen der Faktor, der die Entwicklung der Jugend am meisten beeinflusst, wobei es in 99 % der Haushalte der heimliche Miterzieher ist.” In einer Resolution forderte deshalb der Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte, Medienerziehung in die Konzepte von Kindergärten und Schulen aufzunehmen, da Kinder dringend zu einem “bewussten Umgang mit Medien angeleitet werden [müssen]. Oft könnten sie virtuelle Szenen und die Wirklichkeit nicht auseinanderhalten. [...] Die Kinderärzte seien täglich mit den gesundheitlichen Folgen des Dauerkonsums konfrontiert: Immer häufiger seien Kinder überreizt, könnten sich kaum konzentrieren und seien hyperaktiv, zeigten Verhaltensstörungen und Aggressivität. Sprach- und Wahrnehmungsstörungen nehmen dramatisch zu.”

<sup>27</sup> Vgl. auch Gabriel and Lang, 17: Die Autoren belegen darin, dass im Fernsehen Produkte für die Zielgruppe “Kinder” zweifach beworben werden – sowohl in Werbespots als auch in den Fernsehsendungen mit den Figuren und Produkten der Kinderprogramme selbst. Gabriel und Lang weisen darauf hin, dass es Kindern unmöglich ist, den Unterschied zwischen Werbespot und Fernsehsendung zu erkennen.

become highly self-conscious matters. [...] 'young people will experiment with different identities, by ignoring the way in which class, gender and race construct the boundaries of identity'. [...] Commodities, under consumer capitalism, rich in image, become young people's main accomplices in these attempts to reach adulthood. [...]»<sup>28</sup>

Vom Kindes- zum Jugendalter: Dem Autorenteam Gabriel und Lang zufolge stellt das Konsumieren bestimmter Produkte in der Konsumsozialisation einer postmodernen Industriegesellschaft ein zentrales Übergangselement beim Erwachsenwerden dar, wobei die neuen Orte dieser Identitäts- und Selbstbildexperimente der Jugendlichen die großen Einkaufszentren geworden sind<sup>29</sup>. Letztere wiederum sollten sich seit den 1980er-Jahren auch immer mehr zu multifunktionalen Zentren oder Bürgerzentren entwickeln, wo sich Millionen von Amerikanerinnen und Amerikanern treffen, um – unter anderem – einzukaufen:

The multipurpose shopping mall is . . . the integration of all the retail and commercial functions of modern life and the activities that people are involved in; entertainment, recreation, health shopping, eating, education. . . . [It] is a marketing strategy which, as [the multipurpose shopping mall] has evolved over the years, proven to be effective in attracting customers and visitors, while building a steady mall clientele.»<sup>30</sup>

Laut George H. Lewis, einem US-amerikanischen Soziologen, sind diese Zentren trotz des kühlen und kalkulierten Einkaufserlebnisses – im Gegensatz zu den vorbeihastenden shoppenden Menschen – gerade für Jugendliche zu sozialen Treffpunkten geworden, die nun groteskerweise ein Gemeinschaftsgefühl vermitteln.

Malling confirms consumption-based activities, lifestyles and identities; teenaged mall-rates and bunnies may be the prototypical group of amusement society. This is all the more the case as television, having hurried if not destroyed childhood, has created the grown-up child and immature adult as the whole of a life course is sandwiched between infancy and senility.<sup>31</sup>

Wenn in einer Konsumgesellschaft neben dem Fernsehen also auch die Einkaufszentren (Konsumtempel) "Kindheit" gestalten, ist die Reproduktion einer Konsumkultur mit jeder Generation von Kindern ergo garantiert.<sup>32</sup>

## Eine Einführung zum Konsumbegriff

Wie das Wort "Konsumkapitalismus" schon ausdrückt, hängt die Entwicklung des Konsumismus mit der Entwicklung des Kapitalismus zusammen und hat dementsprechend verschiedene Stadien bzw. Höhepunkte durchlaufen. So beginnt eine Kulturanalyse des Konsums nach John Storey, einem englischen Populärkulturwissenschaftler, in dem Buchkapitel "The Consumption of Everyday"<sup>33</sup> mit dem politischen Interesse des Marxismus und dessen Unterscheidung zwischen kapitalistischen und vorkapitalistischen (wie beispielsweise feudalen) Gesellschaftsformen und der dabei erfolgten "transition from production driven by

<sup>28</sup> Vgl. ebda., 89, zitiert nach Roy F. Baumeister, 192, nach Richard J. Barnet and John Cavanagh, 137 ff., nach Nicholas Abercrombie, 51 und nach Stewart Lansley, 96 f.

<sup>29</sup> Ebda., 89 f.

<sup>30</sup> George H. Lewis, "Community Through Exclusion and Illusion: The Creation of Social Worlds in an American Shopping Mall," *Journal of Popular Culture* 24 (1990): 121.

<sup>31</sup> Zitiert nach Lauren Langman, 58, in Gabriel and Lang, 90.

<sup>32</sup> Vgl. ebda., 17.

<sup>33</sup> Vgl. John Storey, "The Consumption of Everyday Life," *Cultural Studies & the Study of Popular Culture: Theories and Methods* (Athens: U of Georgia P, 1996) 113–36. Storeys Text stellte für mich eine Grundlage für die Darstellung der Entwicklung des Konsums dar.

a need to production driven by profit”.<sup>34</sup> Mit dem erfolgten Übergang von einer bedürfnisorientierten zu einer profitorientierten Produktion habe auch ein Wandel in der Bedeutung, dem Sinn und Zweck der Warenproduktion für den Menschen stattgefunden:<sup>35</sup> Sind in vorkapitalistischen Gesellschaften Waren zum sofortigen Verbrauch oder zum Tauschen erzeugt worden, würden ArbeiterInnen in kapitalistischen Gesellschaften wiederum Waren (die ihnen nicht gehören) produzieren und hierfür einen Lohn erhalten. Diese Waren würden dann mit Profit am Markt verkauft. Um diese Waren also zu erhalten, müssten die ArbeiterInnen sie mit Geld (von ihrem Lohn) “kaufen”. Damit würden “ArbeiterInnen” zu “Konsumenten” bzw. “Konsumentinnen”. Um Profite zu generieren, muss ergo konsumiert werden, was wiederum mittels Werbung stimuliert wird (bzw. werden muss).<sup>36</sup> Eine Folge dieses Prozesses sei nach dem deutschen Philosophen und Ökonomen Karl Marx die “Entfremdung” des Menschen (gewesen): “the fact that labour is external to the worker . . . the worker feels himself only when he is not working. . . . His labour is therefore . . . not the satisfaction of a need but a mere means to satisfy needs outside itself.”<sup>37</sup> Mit dem Aufkommen des Kapitalismus sei somit das Konsumieren von seinem ursprünglichen Zweck der “Erfüllung von Grundbedürfnissen” getrennt worden und habe sich als eigenständiger, wesentlicher Teil der menschlichen Aktivitäten herauszubilden begonnen. Da in dieser (unkreativen) Produktion Frauen wie Männern jedoch “Identität” versagt bleiben würde, sollten sie diese im (kreativen) Konsumieren suchen.<sup>38</sup> Dieser Prozess wurde (konsum)ideologisch durch die Anschauung, dass die Bedeutung des Lebens in den Dingen liege, die wir konsumieren und weniger in denen, die wir produzieren, weiter verstärkt. In der Folge würde sich die Gesellschaft zu einer Konsumgesellschaft entwickeln, in der die Konsumideologie das kapitalistische System unentwegt legitimiert und stärkt.<sup>39</sup>

Das Wort Konsumismus selbst hat im Laufe der Zeit infolge verschiedener Diskurse und Kontexte unterschiedliche Auslegungen erfahren. Besaß das englische Wort “Konsumieren” und damit die Bezeichnung “Konsument” bzw. “Konsumentin” seit dem 14. Jahrhundert den negativen Beigeschmack des Ver- bzw. Aufbrauchens oder Verschwendens bzw. Zerstörens, hatte sich diese Bedeutung mit dem Hochkapitalismus bis zum Ende des 19. Jahrhunderts zum Positiven gewandelt: Die Ware wurde langsam nicht mehr als Gut, das verschwendet wurde, wahrgenommen, sondern bereits als Gut, dessen Kauf ein menschliches Bedürfnis erfüllte.<sup>40</sup> So sollte das Konsumieren in einer ersten spätkapitalistischen Phase in den USA und in Europa, in den sogenannten Roaring Twenties (1924–29), seinen ersten Höhepunkt erleben und “Freude, Vergnügen und Erfolg” vermitteln.<sup>41</sup>

Die Entwicklung hin zu einer konsumorientierten Gesellschaft und damit zu einer Konsumkultur ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts erfolgte dann durch die zunehmende Kaufkraft über alle sozialen Klassen bzw. Schichten hinweg und trat durch ein Phänomen, das allen sozialen Schichten zuteilgeworden war, ein: Die Erfahrung, (aus-)wählen zu können.<sup>42</sup> Zu keinem früheren Zeitpunkt hatte die breite Masse die Möglichkeit gehabt, Geld für etwas anderes als den unmittelbaren Lebensunterhalt auszugeben: Als

---

<sup>34</sup> Storey (1996), 113–14.

<sup>35</sup> Ebda., 114.

<sup>36</sup> Ebda.

<sup>37</sup> Zitiert nach Karl Marx, 326, in Storey (1996), 114. Siehe auch Karl Marx, *Early Writings* (Harmondsworth: Penguin, 1975) als weiteren Grundlagentext.

<sup>38</sup> Storey (1996), 114.

<sup>39</sup> Vgl. ebda.

<sup>40</sup> Vgl. hierzu Raymond Williams, *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society* (London: Croom Helm, 1976) 69.

<sup>41</sup> Gabriel and Lang, 7.

<sup>42</sup> Vgl. ebda., 1, 11.

ehemaliges Merkmal einer Ständegesellschaft diene “Luxus” zur sichtbaren Abgrenzung der Oberschicht von der Unterschicht. Nun sollte eine ganze Gesellschaft Zugang zum Wohlstand erhalten und Luxus zum Dauerzustand werden:<sup>43</sup> “[...] consumerism has come to signify a general preoccupation with consumption standards and choice as well as willingness to read meanings in material commodities and to equate happiness and success with material possessions.”<sup>44</sup>

Grundsätzlich ausschlaggebend für diese Entwicklung war der “ungeschriebene” Vertrag des US-amerikanischen Autoindustriellen Henry Ford (\* 1863, † 1947) mit seinen Angestellten, der so genannte *Fordist-Deal*. Dieser basierte auf Fords Grundgedanken “If you cut wages, you just cut the number of your customers” und sah einen ständig steigenden Lebensstandard im Austausch für eine schwache Arbeiterschaft vor.<sup>45</sup> Mit der Ford Motor Company hatte Henry Ford 1903 die erste amerikanische Automobilfirma gegründet, wo er die neuesten wirtschaftlichen und technischen Methoden wie Rationalisierung und Fließbandarbeit einführte: Eine ausgeprägte Arbeitsteilung bzw. -zerlegung zwischen den einzelnen Produktionsstätten und innerhalb der betrieblichen Arbeit sollte zu vereinfachten Arbeitsabläufen führen, die auch niedrigere Arbeitsqualifikationen verlangten, weswegen Ford hauptsächlich ungelernete Arbeitskräfte beschäftigte.<sup>46</sup> Mit seiner Idee, ein Auto für die “große Masse” herzustellen, begann Ford 1911 die erste industrielle Produktion von Autos weltweit: Das *Model T*, welches nun “auf der Basis eines umfassenden Konzeptes wissenschaftlicher Arbeitsorganisation (Taylorism plus Fließbandarbeit = Fordism) in Großserie hergestellt wurde”<sup>47</sup>, sollte Ford eine aggressive Preispolitik erlauben: So fiel der Autopreis

“von 950 Dollar (1909) auf 295 Dollar (1923), während das Produktionsvolumen von jährlich 12.292 auf 1.917.353 Fahrzeuge gesteigert wurde. 1929 erreichte die jährliche Pkw-Produktion in den USA die Rekordmarke von 4,5 Mio. Einheiten. Die Dichte betrug 190 Pkw pro 1.000 Einwohner – ein Wert, der in Westeuropa Ende der 1960er-Jahre erreicht wurde und auch in den USA ohne die gleichzeitige Erschließung großer Ölfelder in Texas nicht denkbar gewesen wäre.”<sup>48</sup>

Trotz anfänglicher Skepsis fand das Auto vor allem beim amerikanischen “Farmer” schnell Zuspruch, der nun seine Produkte autonom vermarkten konnte und dem das Auto den sozialen und kulturellen Anschluss an die entstehenden Städte bot. Letztendlich jedoch half das neue Transportmittel, die “amerikanische Farmerfamilie [...] in das kapitalistische System der modernen Industriegesellschaft” zu integrieren.<sup>49</sup>

Da in einem mechanisierten Arbeitsprozess die menschliche Arbeit der maschinellen Produktion untergeordnet ist, sollte in der Folge die industrielle Produktion – als Ausbeutungsprozess der menschlichen Kraft – den Menschen von sich selbst entfremden.<sup>50</sup> Mit der Entwicklung der industriellen Produktion

---

<sup>43</sup> Bereits 1899 beschrieb der US-amerikanische Soziologe Thorsten Veblen in *The Theory of the Leisure Class*, wie die neureiche bürgerliche Schicht in den USA sich und ihren Reichtum mittels Alltagsgegenständen zur Schau stellte und damit abgrenzte: Die Objekte dienten einzig zur Darstellung, dass ihre TrägerInnen nicht mit den Händen bzw. überhaupt arbeiteten und damit zur Festlegung eines bestimmten sozialen Status. Gegenstände wurden damit zu Statussymbolen, welche den Hinweis auf Einkommenshöhe und Lebensstil vermittelten. Ein ähnliches Verhalten stellte etwa zur selben Zeit der deutsche Soziologe Georg Simmel bei der neuen bürgerlichen Schicht in Berlin fest und beschrieb es in seinem Essay “The Metropolis and Mental Life” (1903). Die Zurschaustellung von Alltagsgegenständen diene dabei vor allem zur Kommunikation der eigenen Individualität und damit Abgrenzung in der Anonymität der Großstadt. 80 Jahre später wird der “Yuppie” zum Inbegriff des sozialen Aufstiegs über Statussymbole.

<sup>44</sup> Zitiert nach dem US-amerikanischen neokonservativen Wirtschaftswissenschaftler Stanley Lebergott in Gabriel and Lang, 9.

<sup>45</sup> Ebda., 9.

<sup>46</sup> Vgl. Rüdiger B. Wersich, Hg., *USA-Lexikon* (Berlin: Schmidt, 1995) 114 f.

<sup>47</sup> Ebda., 116.

<sup>48</sup> Ebda.

<sup>49</sup> Ebda., 114 f.

<sup>50</sup> Vgl. hierzu die Schriften von Karl Marx, insbesondere seine frühen in *Early Writings* (1975).

musste also eine neue *work ethic* (Arbeitsethik) aufgebaut und die Position des Menschen in der neu formierten Industriegesellschaft bestimmt werden. Der Fordismus war darin grundsätzlich vorbildhaft bzw. mitbestimmend. Mit dem *Fordist-Deal* wurde ein "entfremdetes" Leben und Massenproduktion für einen wachsenden Lebensstandard, sichere Arbeitsplätze, hohe Löhne und Vollbeschäftigung eingetauscht.<sup>51</sup> Dass die Arbeiterklasse in den USA in diesem Prozess der industriellen Produktion von Anfang an eine geringe politische Rolle spielen würde, dürfte auch mit dem Glauben der einzelnen ArbeiterInnen (meist Immigrierte) an Amerika als Land der unbegrenzten Möglichkeiten und einem individuellen Aufstieg darin zusammenhängen.<sup>52</sup> Trotz schlechter Erfahrungen mit US-Unternehmen und dem amerikanischen Kongress (siehe hier vor allem das *Taft-Hartley*-"Sklaven-Gesetz" von 1948, wie es der Historiker Jürgen Friedbach in seinem vielbeachteten Werk *Im Schatten von Fort Knox* bezeichnete, weil es "ein harter Schlag gegen die Grundrechte der amerikanischen Gewerkschaften [war] und alle die während des New-Deals gewonnenen Errungenschaften annullierte"<sup>53</sup>) sollte es immer der Mythos des amerikanischen Traums sein, der den Arbeiterinnen und Arbeitern das Gefühl vermittelte, "daß ihre Interessen mit denen des Kapitalismus identisch sind. [...] und dass es für sie nicht weiter bedeutsam sei, im politischen Leben eine Rolle zu spielen."<sup>54</sup> Als Vertreter der "Arbeiteraristokratie" waren die Gewerkschafter selbst – diejenigen, die den Aufstieg geschafft hatten und sich als eine Art "Verbindungsglied zwischen Arbeitern und Unternehmern fühlten" und als solche fungierten – durchaus politischen Parteiinteressen verbunden.<sup>55</sup> Daher waren auch die Gewerkschaftsvertreter an einer politisch uninteressierten, nichtsdestoweniger nach kapitalistischen Wirtschaftsinteressen lenkbaren Arbeiterschaft interessiert und würden das kapitalistische Wirtschaftssystem grundsätzlich nicht in Frage stellen. Mit der Etablierung der industriellen Produktion und der Notwendigkeit des Konsumierens musste sich nun neben der *work ethic* (Arbeitsethik) auch eine *leisure ethic* (Freizeitethik) oder *consumer ethic* (Konsumethik) entwickeln.<sup>56</sup>

Der Fordismus bezeichnet also "eine Phase innerhalb der kapitalistischen Entwicklung"<sup>57</sup> und markiert als solcher drei Aspekte des Konsumkapitalismus im 20. Jahrhundert: Er belegt den historischen Übergang vom Konsumismus einer Elite zu einem Massenphänomen und zeigt mit dem Konsumismus und seiner Bedeutung im Alltagsleben auch dessen globale Natur auf.<sup>58</sup> In den drei Weltwirtschaftsblöcken – Nordamerika, Europa und Asien – steht heute trotz unterschiedlicher Regierungsauffassungen der "Konsument" bzw. die "Konsumentin" im Mittelpunkt aller (inter)nationalen Interessen, deren Version des Konsumententraums "pleasure through spending"<sup>59</sup> grundsätzlich dieselbe ist. Schließlich illustriert der *Fordist-Deal* bis zur "post-fordistischen Produktion" im Zeitalter des Hyperkonsumismus auch das grundsätzliche Zusammenspiel von Konsumverhalten und Produktion:

Because *Fordism* makes the reproduction of labour power and mass consumption a decisive basis for the process of accumulation and valorisation, it must aim for a tendentially unlimited expansion of consumption, it systematically institutionalises 'wish production' and it constantly extends needs. These can only be

<sup>51</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 9 f.

<sup>52</sup> Vgl. hierzu die Ausführungen des Historikers Jürgen Friedbach in *Im Schatten von Fort Knox* (Berlin: Merkur, 1948) 177–96. Das sehr lesenswerte Werk des europäischen Sozialisten und Vertreters des Weltfriedens bot "viele Tatsachen" über die USA, die bis dahin "in Europa unbekannt" waren und gab erstmals einen "intimeren Einblick in das Getriebe des inneramerikanischen Lebens". (Klappentext)

<sup>53</sup> Ebda., 195.

<sup>54</sup> Ebda., 178.

<sup>55</sup> Ebda., 177 f.

<sup>56</sup> Vgl. hierzu auch Gabriel and Lang, 86, 10–14; vgl. auch Strinati, 236 ff. über die neuen Formen der Freizeitbeschäftigung einer Konsumgesellschaft.

<sup>57</sup> Wersich, 291.

<sup>58</sup> Gabriel and Lang, 10.

<sup>59</sup> Ebda., 13.

satisfied in commodity form, which produces evernew needs. The 'endlessness of needs' introduced with *Fordist* society, the limitless nature of consumer demands inherent in the *Fordist* model of consumption, contains an inbuilt tendency to material 'demand inflation'. ... [This] binds the structure of the *Fordist* individual with consumerism, which may certainly be politically stabilising, but also has an economically precarious effect.<sup>60</sup>

Das "fordistische Wachstumsmodell" hatte sich also nach 1945 als "hegemoniales Entwicklungsmodell der letzten Prosperitätsphase" von den USA in alle kapitalistischen Industrienationen ausgedehnt<sup>61</sup> und wird heute laut *USA-Lexikon* von Rüdiger B. Wersich als wirtschaftliches Regulationskonzept auf [vier] unterschiedlichen Ebenen definiert:

- a) auf der Ebene der Arbeitsorganisation als Arbeitsprozess, der auf Techniken der Massenproduktion basiert (Fließband, Massenarbeit);
- b) als Modell wirtschaftlichen Wachstums, in dem die Produktivitätszuwächse sowohl an die Profit- als auch die Lohnseite verteilt werden;
- c) als spezifischer gesellschaftlicher und ökonomischer Regulationsmodus ([das heißt, es gibt] institutionalisierte Kompromisse zwischen Regierung, Management und Gewerkschaften, deren wesentliches Kennzeichen ein System von *collective bargaining* [Kollektivverhandlungen] ist; zusätzlich gewährleistet ein Wohlfahrtsstaat, daß auch Nicht-Erwerbstätige als Konsumenten an diesem Modell beteiligt sind) und
- d) als allgemeine Vergesellschaftungsform (inkl. Familienform, Wohnformen, Geschlechterbeziehungen, Wertorientierungen).<sup>62</sup>

Im Speziellen jedoch sollte die Entwicklung des "fordistischen Wachstumsmodells"<sup>63</sup> folgendermaßen stattfinden: Durch die von General Motors eingeführte maschinelle Automatisierung<sup>64</sup> ab 1946 hatte sich die "Massenproduktion" entwickelt, welche sich wiederum "in großen und kapitalintensiven Produktionsstätten" abspielte.<sup>65</sup> Nach 1950 schlossen sich dann zunehmend kleine Firmen zu Großunternehmen zusammen, um günstigere Grundlagenforschung in der Industrie betreiben zu können. Dadurch begannen sich in den Industrienationen Macht- und Kapitalkonzentrationen zu bilden. Eine sich "intensivierende Arbeitsteilung" sollte daraufhin zu einer "wachsenden Standardisierung der Waren, Routinisierung der Arbeitsprozesse und Rigidität des fixen Kapitals" führen.<sup>66</sup> Eine solche Produktionsweise würde auch nach "vollzeitig und dauerhaft beschäftigten Arbeitern" verlangen, die wiederum mittels verschiedener Kooperationsmodelle an der "Wohlstandsmehrung" beteiligt wurden.<sup>67</sup> Vor allem aber entwickelten sich die Regierungen in den Industrienationen zu Garanten für Vollbeschäftigung und steigenden Wohlstand, gemäß dem Grundsatz:

---

<sup>60</sup> Zitiert nach Joachim Hirsch (1991: 22) in Gabriel and Lang, 12. Vgl. hierzu das Standardwerk *Das neue Gesicht des Kapitalismus. Vom Fordismus zum Post-Fordismus* (Hamburg: VSV-Verlag, 1986) des Politikwissenschaftlers Joachim Hirsch und des Sozialwissenschaftlers Roland Roth. Die Autoren beschreiben darin erstmals den "Fordismus und die Strukturmerkmale dieser historischen kapitalistischen Formation" in seiner Ausprägung in der amerikanischen Konsumkultur, S. 46 ff. Ihre Erkenntnisse dienen mir als weitere Grundlage in meinen Ausführungen.

<sup>61</sup> Vgl. Wersich, 291.

<sup>62</sup> Ebda.

<sup>63</sup> Ebda., 292.

<sup>64</sup> Vgl. Paturi, *CdT* 461, 552: General Motors prägte den Begriff "Automatisierung" für den Einsatz automatischer Übergabemaschinen bei industriellen Fertigungsstraßen. Ab 1977 werden die mechanischen Fertigungseinrichtungen durch großteils computerisierte Industrieroboter ersetzt: 30.000 in den USA und etwa 5.000 in der Bundesrepublik Deutschland.

<sup>65</sup> Vgl. Wersich, 292.

<sup>66</sup> Ebda.

<sup>67</sup> Ebda.

“Work and you will be able to consume; consume and you will be in work.”<sup>68</sup> Die Regierungsprogramme in den Nachkriegsjahren waren vom Versprechen nach der besten Wohlförderung geprägt, wobei den Bürgerinnen und Bürgern damit automatisch die Rolle einer Konsumentin bzw. eines Konsumenten zugewiesen wurde. Die in den verschiedenen Industriestaaten danach ausgerichtete Wirtschaftspolitik sollte sich bis zur weltweiten Ölkrise 1973 als äußerst erfolgreich beweisen und die Ära gemäß dem US-Historiker Eric Hobsbawm als ‘Goldenes Zeitalter des Westens’ (1947–72) legitimieren.<sup>69</sup> Der Lebensstandard hatte sich – gemessen an den Konsumgewohnheiten und -maßstäben – signifikant erhöht, sich auch in einem veränderten Konsumverhalten gezeigt und zur allgemeinen Etablierung einer breiten Mittelklasse geführt:

Far more than ever before goes on services and entertainment, taxation and the various forms of saving, less on the traditional luxuries, drink and tobacco, but much more on ‘conspicuous consumption’ – dress, personal possessions and adornment of the home. With the exceptions of domestic help and private educational expenses [...] it would be a fair generalization to say that contemporary spending habits have moved towards what was formerly regarded as the typically middle-class pattern and away from the traditional working-class pattern.<sup>70</sup>

Mit der gleichzeitigen Entstehung einer Kreditwirtschaft sollte die Konsumgesellschaft somit auch zum ersten Experiment des “Rechts” werden, über seine Verhältnisse zu leben.<sup>71</sup> Ein weiteres Merkmal dieser Entwicklung hin zur *Massenproduktion* und damit zum *Massenkonsum* war die Trennung von Arbeit und Freizeit; diese Trennung war durch verkürzte und geregelte Arbeitszeiten am Arbeitsplatz und mit dem Kauf bzw. der Inanspruchnahme zeitsparender Produkte und Dienstleistungen bei der Hausarbeit möglich geworden.<sup>72</sup> Ironischerweise war aber auch das Konzept der Zeitersparnis *für sich selbst* eng mit dem Konsumieren verbunden und würde nach Gabriel und Lang die zunehmende Konsumorientierung in einer industriellen, marktwirtschaftlich organisierten Gesellschaft belegen: “Productivity growth [at work] leads to a need for more time to consume the social product. Consumption takes time: the more we produce, the more time we need for consumption. Working time reduction, in short, is a phenomenon of a deeply materialist society.”<sup>73</sup>

Am Beginn des 21. Jahrhunderts dann begann sich das in den verschiedenen konsumkapitalistischen Industriestaaten über Generationen hinweg nach dem Fordistischen Deal sozialisierte “Bild” von einer

---

<sup>68</sup> Gabriel and Lang, 12.

<sup>69</sup> Ebda., 13. Die Autoren zitieren dabei den britischen marxistisch-orientierten Historiker Eric J. Hobsbawm in seiner Einleitung zu Friedrich Engels, *The Condition of the Working Class in England: From Personal Observation and Authentic Sources* (Chicago: Academy P, 1994). Hobsbawm hatte zuvor mit einer langen Aufarbeitung des 19. und einer kurzen des 20. Jahrhunderts in vier Bänden eine breite gesellschafts- wie wirtschaftshistorische Auseinandersetzung und Einteilung dieser zwei Jahrhunderte in Zeitepochen geliefert. Das 20. Jahrhundert in *The Age of Extremes: The Short Twentieth Century 1914-1991* (London: Michael Joseph, 1994) beeindruckt insofern, als es seine Ereignisse unter dem Augenmerk der jeweiligen gesellschaftspolitischen Ausprägung im Sozialismus, Nationalsozialismus und Kommunismus bespricht und demgemäß in drei Zeitalter einteilt. Es sind dies ‘The Age of Catastrophe’ (1914–1950 nach Weltwirtschaftskrise, Diktaturen und den zwei Weltkriegen), ‘The Golden Age’ (1950–1973 nach Wiederaufbau, Wirtschaftsaufschwung und einer breiten Wohlstandsentwicklung) und ‘The Landslide’ (1973–1991 nach dem Ende des Kolonialismus, der steigenden Bedeutung der Dritten Welt und dem Zusammenbruch der Sowjetunion).

<sup>70</sup> Zitiert nach John Burnett, 318–19, in Gabriel and Lang, 12.

<sup>71</sup> Vgl. Ö1-Radiokolleg vom 3. März 1999 zum “Konsum” mit Schwerpunkt Verschuldung. In Österreich wird alle zehn Jahre der Lebensstandard der Bevölkerung gemessen. 1983–84 wurden in Österreich 24 % des privaten Haushaltsgelds für Ernährung, 15 % für Verkehr und 11 % für Bildung und Erholung ausgegeben. Eine Vergleichsstudie von 1993–94 zeigt, dass die österreichische Bevölkerung weniger Geld, nur 21 %, für die Ernährung ausgegeben hat; mehr Geld, nämlich 18 % für den Verkehr (und dabei ist eine starke Verschiebung in Richtung Privatverkehr zu verzeichnen) und mehr Geld, nämlich 12–13 % für Bildung und Erholung: Das durchschnittliche monatliche Haushaltsgeld ist dabei von öS 16 000 im Jahre 1983–84 auf öS 31 200 angestiegen. Die Privatverschuldung hat in den 10 Jahren durchschnittlich um öS 100 000 pro Haushalt zugenommen.

<sup>72</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 13 f.

<sup>73</sup> Zitiert nach Jonathan Gershuny, 21, in ebda., 14.

Konsumentin bzw. eines Konsumenten zu wandeln: So hatte der als erstes in den USA stattfindende Umbruch vom klassischen Produktionsland zur Dienstleistungsgesellschaft und Eintritt in ein digitales Zeitalter ab Mitte/Ende der 1970er und in den 1980er-Jahren den Fordismus in eine tiefe Krise gestürzt und mit ihm ein ganzes System der Wohlstandssicherung: "Die Krise in der Organisation der Arbeit [...] führte zu einer Krise im Akkumulationsregime, weil unzureichende Produktivitätszuwächse den Profit, und folglich die Akkumulation nicht mehr finanzieren konnten, um die Reallöhne und die Einnahmen für den Sozialstaat zu steigern."<sup>74</sup> Dieser Umbruch ist in seiner Tragweite daher "mit dem Übergang der USA von einer agrarisch geprägten Gesellschaft von selbständigen 'Produzenten' zu einer industriekapitalistisch geprägten Nation von abhängig beschäftigten Lohnempfängern"<sup>75</sup> am Anfang des 20. Jahrhunderts vergleichbar. Nach dem Übergang vom Feudalismus zum Kapitalismus – von einer Produktion, die von der Befriedigung von Grundbedürfnissen angetrieben war, zu einer Produktion, die vom Profitmotiv angetrieben ist, zeigen somit die globalen, sozioökonomischen Entwicklungen seit den 1980er-Jahren eine neue Ära an, die bereits als post-kapitalistisch oder post-fordistisch bezeichnet werden kann: Darin liegt das Augenmerk nicht mehr auf dem Produzieren als vielmehr auf dem Konsumieren, wobei eine neue technologische und globalisierte Produktion die Konsummöglichkeiten ständig erhöht; hoch differenzierte Nischenprodukte würden darin ohne Wirtschaftseinbußen hergestellt und Konsumentinnen und Konsumenten schnell und unkompliziert mit Produkten aus aller Welt beliefert werden.<sup>76</sup> Im Gegenzug hat dieses Produktionssystem jedoch die Erwartungen an einen sicheren (lebenslangen) Arbeitsplatz zu untergraben begonnen. Der mit diesem System zugleich entfesselte internationale Kostensenkungswettbewerb sollte infolge eines unregulierten Freihandels ein zusätzliches Lohn-, Umwelt- und Sozialdumping provozieren, das den erreichten Wohlstand in den Industrieländern seither kontinuierlich aufzehrt.<sup>77</sup> Eine Entwicklung, die ihren Ausgangspunkt in den USA hatte und sich mit der Globalisierung der Märkte etwas zeitverschoben folglich auch in Europa und anderen Industrieländern bemerkbar machte:

The 1990s witnessed the growth in Europe of US-style cheap mass retail outlets, substantially undercutting the prices of both high street shops and out-of-town supermarkets. They also witnessed consumer spending on basics, such as food, being concentrated into fewer supermarket chains, which were competing, or at least giving the impression of competing, for the first time in ages on price.<sup>78</sup>

Umweltbedenken, ein krasses Ansteigen sozialer Ungleichheiten, Migrationswellen und eine kulturelle Müdigkeit haben zwar die Jahre des exzessiven Konsums in den 1980ern abgelöst, nichtsdestoweniger jedoch hat sich in diesem Zeitraum die Beurteilung von Lebensmodellen nach Konsummodellen und -typen grundlegend etabliert; wobei der alte, fordistische, auf einem nationalen Kompromiss basierende Regulationsmechanismus seit Jahren "im Widerspruch zur Internationalisierung der Produktion und der Märkte"<sup>79</sup> steht. Es gilt daher, "einen neuen Kompromiß zu definieren, einen (aus ethischen Gründen

---

<sup>74</sup> Wersich, 292.

<sup>75</sup> Ebda., 603.

<sup>76</sup> Vgl. auch Gabriel and Lang, 23 und vgl. Hirsch, 104 ff. Die Wissenschaftler Joachim Hirsch und Roland Roth setzten die Umbruchsituation der westlichen Gesellschaften in den 1970er- und 1980er-Jahren mit der Krise der "fordistischen Akkumulationsstrategie und des keynesianischen Staates" in Verbindung: Diese habe den "Boden für einen postfordistischen Kapitalismus bereitet, dessen wesentliches Merkmal eine in konkurrierende Statusgruppen, 'Eliten' und ausgegrenzte Zonen zerfallene Gesellschaft" sei, geprägt von "neuen Werten" wie "Leistung, Erfolg, Ellbogen-Cleverness, Privatismus, Opfer und Moral". (Klappentext) Als sich abzeichnender "kapitalistischer Ausweg aus der Krise" beobachteten die Autoren das Herausbilden der "Dienstleistungsgesellschaft" oder "Hyperindustrialisierung" mit einem neuen "Konsummodell", dessen "Hauptansatzpunkt in der verstärkten Ersetzung persönlicher Dienstleistungen durch warenförmige Produkte liege". (115)

<sup>77</sup> Vgl. ebda., 20 f.

<sup>78</sup> Zitiert nach Hugh Raven, Tim Lang, and Caroline Dumonteil (1995) in Gabriel and Lang, 19.

<sup>79</sup> Wersich, 291.



besseren) Funktionsmodus innerhalb des Kapitalverhältnisses, der sich über politische und ideologische Auseinandersetzungen durchsetzen könnte”<sup>80</sup> und die Konsumentin bzw. den Konsumenten wieder als Menschen in den Mittelpunkt stellt – auch wenn sich heute im Zeitalter des Post-Fordismus auf der Grundlage des Hyperkonsumismus das Zusammenspiel von Arbeit, Konsum und Kultur bereits entscheidend verändert hat.

## **Zur Entwicklung einer Konsumkultur am Beispiel der USA**

Grundsätzlich kann von einer Konsumkultur gesprochen werden, wenn die Aktivitäten einer Gesellschaft und deren Ethik klar von Konsummustern (konsumorientierten Verhaltensmustern) geprägt sind.<sup>81</sup> Die spezifische Entwicklung hin zu einer Konsumkultur ist jedoch als solche ein US-amerikanisches Phänomen, weil sie immer auch als ideologisch rechtfertigender Teil des amerikanischen Kapitalismus (mit seiner stark liberalistisch-individualistischen Ausprägung) und der amerikanischen Demokratie fungiert hat. Wenn nach Arthur Schlesinger Jr., einem US-amerikanischen Historiker und Gesellschaftskritiker, die (gesellschafts-)politische Entwicklung der USA zyklisch beschrieben werden kann, alternieren Phasen der Weiterentwicklung mit Phasen der Konsolidierung des Status quo, wobei der ersten Epoche Reformgeist zugesprochen werden kann, während die zweite von Passivität geprägt ist.<sup>82</sup> Auf die amerikanische Konsumgeschichte des 20. Jahrhunderts umgemünzt hat sich gezeigt, dass in einer Phase der politischen Konsolidierung auch eine Form der ideologischen Verankerung einer Konsumkultur stattgefunden hat. Das Konsumieren – als Ausdruck des Privatinteresses – hat sich dabei als erfolgreiches Mittel herausgestellt, um (zumindest kurzfristig) von sozialen Problemen abzulenken oder davon abgelenkt zu werden.

### **Die Anfänge des Konsums in den 1920er-Jahren und seine erste Ausgestaltung**

Die 1920er-Jahre markieren die erste wichtige Periode in der US-amerikanischen Konsumgeschichte. Sie folgen einer Zeit der grundlegenden innen- und außenpolitischen Reform, worin sich die verschiedenen Regierungen der Bundesstaaten erstmals mit einem wirtschaftlich geregelten und sozial gerechteren Übergang von einer agrarisch geprägten zu einer industriellen Gesellschaft auseinandersetzten. So sollte das ‘Vergoldete Zeitalter’ oder *Gilded Age* (nach dem Bürgerkrieg bis zur Wirtschaftskrise von 1873) zum Austragungsort einer “ungezügelter Marktwirtschaft” mit einer *Laissez-faire*-Ideologie werden, die zu einer “stürmischen wirtschaftlichen Entwicklung mit hohen Inflationsraten” und mit dem “Glauben an die Aufstiegsmöglichkeiten der Tüchtigen” zu einer “Ansammlung großer Vermögen” führte.<sup>83</sup> Gleichzeitig hatte eine “lockere Moral im politischen und geschäftlichen Leben” mehr und mehr die Gesellschaft zu korrumpieren begonnen, was zusammen mit einer “rapiden Industrialisierung und Urbanisierung” zur Ausgrenzung der sozial Schwächeren führte.<sup>84</sup> Die dadurch entstandenen gesellschaftspolitischen Probleme

---

<sup>80</sup> Ebda.

<sup>81</sup> Christin J. Mamiya, *Pop Art and Consumer Culture* (Austin: University of Texas Press, 1992) 2. Das Buch der renommierten US-amerikanischen Professorin für Gegenwartskunst diente mir zur Auseinandersetzung mit der ideologischen Zusammenführung von Kunst, Kultur, Politik und Wirtschaft mit der amerikanischen Konsumgesellschaft in den Jahren 1958–68 und war eine weitere Grundlage für meine Ausführungen zur Entwicklung des Hyperkonsumismus.

<sup>82</sup> Arthur Schlesinger, Jr., “The New Mood in Politics,” *Esquire* January 1960, 58 ff.

<sup>83</sup> Vgl. Wersich, 328.

<sup>84</sup> Ebda.

sollten allerdings erst Jahrzehnte später in Angriff genommen werden, und zwar in der Ära des ‘Progressivismus’ – der politischen Periode unter den Präsidentschaften Theodore Roosevelt, William H. Tafts und Woodrow Wilsons zwischen der Jahrhundertwende und dem Kriegseintritt der USA 1917. In dieser Periode wurde erstmals versucht, Probleme wie “staatliche Wirtschaftslenkung, Urbanisierung, Einwanderung und politische Partizipation” einer Lösung zuzuführen.<sup>85</sup> Mit dem Eintritt der USA in den Ersten Weltkrieg jedoch wurde der Wunsch der Bevölkerung nach Normalität laut, der sich in einer “vernichtenden Niederlage der Demokraten in den Wahlen von 1920” äußern sollte, welche in der Folge als Votum gegen weitere Reformvorhaben gewertet wurde:<sup>86</sup> “The politics of purpose gave way to the politics of lassitude. The nation swung from affirmative government to negative government.”<sup>87</sup> Mit dem 29. US-Präsidenten Warren G. Harding (1921–23) manifestierte sich somit erstmals ein Rückzug ins Private und damit ins Konsumieren.<sup>88</sup> Diese Entwicklung hin zu einer konsumorientierten Gesellschaft sollte sich in einer starken Zunahme der Reklame in dieser Zeit und in der Entwicklung eines Konsumenten- bzw. Verbraucherschutzes<sup>89</sup> widerspiegeln: Dieser bildet bis heute den kleinsten gemeinsamen Nenner zwischen den verschiedenen sozialen Klassen und Ethnien in der US-Bevölkerung und gründet auf “a long-standing and uniquely American suspicion of large, powerful institutions, whether economic or political, the belief that the little guy can be crushed”<sup>90</sup>. Der Konsumentenschutz selbst begann sich in drei Phasen zu entwickeln, wobei es meistens Skandale waren, die daraufhin Regulationsmechanismen provozieren sollten:<sup>91</sup> Der *Interstate Commerce Act* (1887) schützte Bauern und Eisenbahnbetriebe bei der gemeinsamen Entwicklung des Eisenbahnnetzes vor unlauterem Wettbewerb und prägte in dieser ersten Phase (1887–1914) des Verbraucherschutzes dessen Grundstrukturen. Der *Pure Food and Drug Act* von 1906 – er gilt als Reaktion auf Upton Sinclairs Bestseller *The Jungle* – belegt die Entwicklung der Konsumentinnen und des Konsumenten zur politischen Kraft, welche ihre VertreterInnen in den verschiedenen US-Departments versammelte und ihre größten VerfechterInnen in der Person des “progressiven” Präsidenten Theodore Roosevelt (1901–09) fand.<sup>92</sup> “The new law enshrined the case for inspectors to act in the interests of consumers, implicitly acknowledging the principle that individual consumers need protecting and that the market alone did not offer adequate safeguards.”<sup>93</sup> Zudem begannen sich erste “Consumer’s Clubs” zu bilden, das Buch *Your money’s worth: A study in the waste of the consumer’s dollar* (1927)<sup>94</sup> wurde zum einflussreichen Bestseller und die “Consumers’ Research, Inc.” für das breite Testen von Produkten gegründet. Dieser ersten Konsumgesellschaft folgte wenig später die “Consumers Union”, die regelmäßig *Consumer Reports* publizierte. Der Börsenkrach am 24. Oktober 1929 beendete allerdings dieses erste Aufkeimen einer konsumorientierten Gesellschaft. Die USA stürzten in die tiefste und längste Krise der modernen Wirtschaftsgeschichte, in die ‘Great Depression’. Damit begann eine Abkehr von den Idealen der Goldenen Zwanziger wie Konsumeuphorie und freier Kapitalismus, Gewerkschaftsfeindlichkeit und Isolationismus. Mit dem historischen Wahlsieg über den republikanischen Amtsinhaber Herbert C. Hoover

---

<sup>85</sup> Vgl. ebda., 602 f.

<sup>86</sup> Vgl. ebda., 604.

<sup>87</sup> Schlesinger, 59.

<sup>88</sup> Vgl. Scott F. Fitzgeralds Gesellschaftsportrait der Roaring Twenties in seinem Roman *The Great Gatsby* (New York: Collier, 1991)

<sup>89</sup> Beide Begriffe entsprechen einander und werden von der Autorin je nach Sprachdiktion synonym verwendet.

<sup>90</sup> Zitiert nach John P. Tiemstra, 3 in Gabriel and Lang, 127.

<sup>91</sup> Allan M. Winkler, “Modern America: The 1960s, 1970s, and 1980s,” *Encyclopedia of American Social History*, eds. Mary Kupiec Cayton, Elliott Gorn, and Peter Williams (New York: Charles Scribner’s Sons, 1993) 232. Siehe auch Wersich unter dem Begriff *Nader, Ralph*.

<sup>92</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 127.

<sup>93</sup> Ebda.

<sup>94</sup> Stewart Chase and F. J. Schlink, *Your money’s worth: a study in the waste of the consumer’s dollar*, New York: Macmillan, 1927.

(1929–33) sollte mit dem Demokraten Franklin Delano Roosevelt (1933–45) ein Neuanfang gemacht werden. Mit seinem *New Deal*-Programm vermochte Roosevelt über zwei Regierungsperioden das Verhältnis zwischen der US-Regierung und den einzelnen Bundesstaaten zugunsten einer gerechteren Verteilung der wirtschaftlichen und politischen Chancen *neu* zu ordnen; dabei wurde der amerikanische Kapitalismus erstmals mit sozialstaatlichen Reformen ergänzt und die Grundlagen für den – bis heute jedoch unterentwickelten – US-Sozialstaat gelegt.<sup>95</sup> Die wirtschaftliche Depression selbst wurde allerdings erst mit Amerikas Rolle im Zweiten Weltkrieg beendet: Amerikanische “Militärlieferungen an Großbritannien” und die “Aufrüstung” im eigenen Land hatten seit 1939 einen “ausreichenden Nachfrageschub” bewirkt; zusammen mit der “kriegsbedingten weltweiten Gold- und Kapitalflucht in die USA, die die amerikanische Geldmenge stabilisierte, führten sie die amerikanische Wirtschaft aus der Depression.”<sup>96</sup>

Unter Franklin D. Roosevelt (FDR) erfuhr auch der Verbraucherschutz eine weitere Phase der Konsolidierung (1927–39):<sup>97</sup> Mit dem Schaffen eines *Consumers’ Advisory Board* wurden die freien Inspektoren durch eigens errichtete Amtsstellen ausgetauscht. Diesen staatlichen Strukturen fehlte allerdings jegliche Triebkraft und Unterstützung durch eine breite Konsumentenschutzbewegung, um die Bestimmungen auch wirklich *im Sinne* der Konsumentinnen und Konsumenten effizient umzusetzen. So galten die Regierungsbeamten bald als bestechlich und konsumentenfeindlich, was (allerdings erst Jahrzehnte später) zur ersten “echten” Verbraucherschutzbewegung, mit der sich die Konsumentinnen und Konsumenten selbst ihre Bestimmungen erkämpften, führen sollte.<sup>98</sup>

Es war dann “unter dem Eindruck der *Great Depression*”, dass der britische Volksökonom John Maynard Keynes (\* 1883, † 1946) die *General Theory of Employment, Interest and Money* (1936) entwickelte, “die die moderne Makroökonomie und die Theorie der Stabilisierungspolitik begründete”.<sup>99</sup> Im Gegensatz zu den klassischen Wirtschaftstheorien sind nach Keynes “in einer Marktwirtschaft die privaten Entscheidungen über Vermögensanlagen sehr veränderlich und von gesellschaftlichen ‘Stimmungslagen’ abhängig.”<sup>100</sup> Seine Theorie orientierte sich an aktuellen Marktbedingungen: So würden Nachfrage und Ausgaben Vollbeschäftigung und ein “gesundes” Bruttoinlandsprodukt, beides Grundmerkmale einer “gesunden” Wirtschaft, bestimmen. Um die Wirtschaft anzukurbeln, musste ergo konsumiert werden. Nach Keynes sollte der Staat durch gezielte Eingriffe bzw. Ausgaben “ein Absinken der Nachfrage durch eine ‘expansive’ Wirtschaftspolitik verhindern”<sup>101</sup>. Keynes’ Theorie hatte ihren Schwerpunkt auf der Ausgabenseite, der Faktor Produktivität wurde darin mehr oder weniger ganz vernachlässigt. Nach dem durch die staatliche Rüstung erzeugten (und damit Keynes’ Theorie bestätigenden) Aufschwung in den 1940er-Jahren folgte ein regelrechter Ausgabeboom in der Nachkriegszeit; die während der Kriegszeit angehäuften Ersparnisse konnten ausgegeben werden, denn vormals knapp gewordene Produkte waren wieder erhältlich. In den 1950er-Jahren verlangsamte sich dieser Boom und der republikanische Präsident Dwight D. Eisenhower

---

<sup>95</sup> Vgl. Wersich, 521–23.

<sup>96</sup> Ebda., 331–32.

<sup>97</sup> Gabriel and Lang, 126 f. und Wersich unter *Nader, Ralph*.

<sup>98</sup> Ebda.

<sup>99</sup> Wersich, 420 zur Auseinandersetzung mit der keynesianischen Wirtschaftstheorie und dem Buch John Maynard Keynes, *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London: Mac Millan, 1936.

<sup>100</sup> Wersich, 420.

<sup>101</sup> Ebda: “Dies geschieht durch eine Erhöhung der Staatsausgaben bzw. eine Steuersenkung (Fiskalpolitik) oder durch eine Senkung der Leitzinsen bzw. eine Erhöhung der Geldmenge (Geldpolitik). Der schnelle Siegeszug der *General Theory* in den USA ist u. a. darauf zurückzuführen, dass sie eine Erklärung und Rechtfertigung für die defizitfinanzierten Beschäftigungsprogramme lieferte, die zuvor von der Roosevelt-Administration aus der Not heraus entwickelt wurden. Das führte andererseits zu einer selektiven Rezeption der Theorie.”

(1953–61) sollte die “keynesianische Theorie zugunsten einer konsolidierenden, auf Geldwertstabilität bedachten Wirtschaftspolitik”<sup>102</sup> zurückdrängen, die zu Rezessionen in den Jahren 1957 und 1960 führte. In dieser Zeit begann sich die amerikanische Konsumkultur jedoch grundlegend zu verändern und eine eigene Konsummentalität herauszubilden, die mit der Wahl des Demokraten John F. Kennedys zum 35. Präsidenten der USA (1961–63) bestätigt wurde.<sup>103</sup>

### **Zum Konsumismus der 1950er- und 1960er-Jahre**

Mit dem Ende des Zweiten Weltkrieges und der *Truman Doctrine* von 1947 kann die moderne Konsumkultur (im Gegensatz zu ihrem Vorspiel in den 1920er-Jahren) nicht mehr auf ein reines Ausgabeverhalten reduziert, sondern muss im ideologischen Kontext des Kalten Krieges (1947–91) gesehen werden: Denn mit der Festschreibung der US-amerikanischen Außenpolitik auf eine “weltweite Politik der Eindämmung kommunistischer Machtexpansion nach dem Zweiten Weltkrieg”<sup>104</sup> durch die Gewährung von Wirtschafts- und Militärhilfe für die europäischen und asiatischen Länder<sup>105</sup> bot das Konsumieren als Ausdruck des ‘American Way of Life’ eine willkommene ideologische Rechtfertigung für das eigene, kapitalistische System. Das Nachkriegsversprechen des *American Way of Life* sollte sich daher mehr als je zuvor auf der “Freiheit” zu konsumieren begründen lassen; eine Möglichkeit, die das kommunistische System nicht bot:

In Soviet economies, it was a political choice not to give consumers choice. The state controlled the price of goods, taxing the difference between what it bought and sold for. Thus planners had the power to decide ‘whether or not to satisfy the desires of this or that category of consumers (Aron, 1967: 110).’<sup>106</sup>

Dass die USA und die westlichen, marktorientierten Industriestaaten kontinuierlich eine Fülle von sich ständig wandelnden und wünschenswerten Produkten anbieten konnten, sollte von diesem Zeitpunkt an und bis zum Ende des Kalten Krieges, vor allem aber in Reagans ideologischer Neuausschlachtung in den 1980er-Jahren als Beweis der Überlegenheit kapitalistischer Marktkräfte, des freien Handels und darauf basierender politischer Systeme angesehen werden.<sup>107</sup>

Mit dem steigenden Wohlstand in der Nachkriegszeit sollte das Konsumieren auch zu einer der mächtigsten ideologischen Waffen in der Konfrontation der Supermächte werden. Diese Tatsache lässt sich durch den als ‘kitchen debate’ bekannt gewordenen Schlagabtausch zwischen Eisenhowers Vizepräsidenten Richard M. Nixon und dem sowjetischen Premierminister Nikita Chruschtschow in einem amerikanischen Modellhaus auf der *American National Exhibition* in Moskau 1959 belegen. In dieser ideologischen Auseinandersetzung wurden der amerikanischen (und russischen) Bevölkerung anhand der unterschiedlichen technischen

---

<sup>102</sup> Ebda.

<sup>103</sup> Vgl. Mamiya, 2.

<sup>104</sup> Vgl. Wersich, 725.

<sup>105</sup> Ebda. Vgl. Wersich, 169 ff. und 455 f.: Gemeint ist dabei der *Marshall-Plan* (*European Recovery Program* 1948–52), der als konzentriertes Wirtschaftsprogramm den Aufbau Westeuropas förderte und den ersten grundlegenden Schritt in Richtung Europäischer Gemeinschaft darstellte. Die *Truman Doctrine* wurde 1949 durch einen regionalen Sicherheitspakt, der Nordatlantischen Allianz (NATO), ergänzt. In Asien war es vor allem die amerikanische Unterstützung für Südkorea im Korea-Krieg (1950–53), die mit einem Waffenstillstandsabkommen und der bis heute bestehenden Teilung Koreas endete, wobei die Volksrepublik China aus diesem Korea-Krieg erstmals als Großmacht hervorging. Im Namen der Freiheit legitimierten die USA aber auch geheime militärische Unterstützungen in Zentralamerika, Afrika und im Nahen Osten, unter anderem in Diktaturen wie Argentinien, El Salvador und Nicaragua, welche sich dem Antikommunismus verschrieben hatten.

<sup>106</sup> Gabriel and Lang, 15.

<sup>107</sup> Vgl. ebda., 14.

Produkte die zwei Lebensformen – der Kapitalismus mit seiner Ideologie der politischen und wirtschaftlichen Freiheit und der Kommunismus – präsentiert.<sup>108</sup> Der Republikaner Nixon arbeitete dabei rhetorisch die fehlende Konsummöglichkeit als großen Unterschied zwischen den beiden Systemen heraus und deutete zugleich eine mögliche militärische Bedrohung durch die Sowjetunion an, welche jedoch durch einen wirtschaftlichen Wettbewerb gestoppt werden könne.<sup>109</sup> Die Art der medialen Vermittlung dieser 'kitchen debate' und ihre massenmediale Ausschachtung sollten bei der amerikanischen Bevölkerung den Eindruck erwecken, dass die nationale Sicherheit der USA durch exzessiven Konsum herbeigeführt werden könne und dass, ergo, das Konsumieren eine patriotische Pflicht sei.<sup>110</sup> Aber auch innenpolitisch sollte der Kalte Krieg sozioökonomische Veränderungen provozieren, die letztendlich das Konsumieren förderten: Mit dem Feindbild nach außen – getragen von einer "starken Ideologisierung politischer Auseinandersetzungen, die bis zur Hysterie der McCarthy-Ära und damit nicht selten zu Einschränkungen der Bürgerrechte führte"<sup>111</sup> – war jahrelang ein unpolitischer Blick nach innen geschärft worden. Die traumatischen Erfahrungen der Großen Depression, der Zweite Weltkrieg, die unterschwellig vorhandene Kriegssituation und die Angst vor einer potenziellen Zerstörung durch einen nuklearen Krieg hatten das amerikanische Volk zudem zermürbt; Schlesinger:

Twenty years of intense public activity, first at home, then abroad, had left the nation in a state of moral and emotional exhaustion. Lull was the natural and predictable result. President Eisenhower was the perfect man for the new mood. Where his predecessors had roused the people, he soothed them; where they had defined issues sharply, he blurred them over; where they had called for effort and action, he counseled patience and hoped things would work themselves out. Perhaps his particular contribution to the art of politics was to make politics boring at a time when the people wanted any excuse to forget public affairs.<sup>112</sup>

Die Amerikanerinnen und Amerikaner traten den Rückzug ins Private an<sup>113</sup>, wandten sich Familie, Heim und ihrer Karriere zu und suchten Genuss und Befriedigung im Konsum von materiellen Gütern. Präsident Eisenhower wusste seine Politik der 'passivity' and 'quiescence' (vor allem gesellschaftspolitischen Problemen gegenüber) zu legitimieren, indem er das private Konsumieren zum nationalen und damit kontrollierbaren Interesse machte; Aufgabe der amerikanischen Wirtschaft war es nun, die amerikanische Bevölkerung mit immer neuen Konsumgütern zu beliefern: "Its ultimate purpose is to produce more consumer goods. This is the goal. This is the object of everything that we are working at; to produce things for consumers."<sup>114</sup> Mit dieser Regierungspolitik und -rhetorik sollte es gemäß Schlesinger Eisenhower gelingen, die konsumideologische Anschauung, dass die Bedeutung des Lebens in den Dingen (bzw. Produkten) liegen würde, die konsumiert werden, und weniger in denen, die produziert werden, zu implementieren und zu legitimieren und damit weniger Geld in die Verbesserung des Menschen, des Schul- und Gesundheitssystems, und so weiter zu investieren.<sup>115</sup> Auf der Grundlage dieser Ideologie sollte das Konsumieren im kapitalistischen System weiter gestärkt und von da an als ein wesentliches Gemeinschaftsinteresse der USA tradiert werden.

---

<sup>108</sup> Vgl. Mamiya, 114 f.

<sup>109</sup> Ebda., 115.

<sup>110</sup> Ebda.

<sup>111</sup> Wersich, 171.

<sup>112</sup> Schlesinger, 59.

<sup>113</sup> Vgl. ebda., 59 f.

<sup>114</sup> Zitiert nach dem Vorsitzenden des *Council of Economic Advisers* unter Eisenhower, Raymond J. Saulnier, in Schlesinger, 59.

<sup>115</sup> Vgl. Schlesinger, 58 ff.

Auch der parallel stattfindende Rüstungswettkampf mit der Sowjetunion wirkte sich in einer enormen Wirtschaftsförderung und Investitionsbereitschaft seitens der US-Bundesregierung beim Flugzeug- und Autobahnbau, bei der Atomindustrie und elektronischen Industrie, bei der Weltraumfahrt sowie bei der Grundlagenforschung in der Kernphysik und Lasertechnik aus und sollte zu einer stärkeren regionalen und mit den Migrationswellen auch schnelleren städtischen Entwicklung führen, was grundsätzlich mehr Mobilität bedeutete.<sup>116</sup> Mit der Entwicklung des Computers im kalifornischen Silicon Valley und der Kunststoffe gab es außerdem einen plötzlichen Schub an neuen Produkten und Dienstleistungen, die angeboten und verbraucht bzw. konsumiert werden konnten und mussten. Mit dem steigenden Wohlstand, sichtbar an einer Bevölkerungsexplosion und der Etablierung einer (wohlhabenden) Mittelschicht, stieg auch der Materialismus an, welcher zu einer erstmaligen kulturellen Werteververschiebung beitragen sollte: Mit dem starken Augenmerk auf die private Geldanhäufung und ihrer gleichzeitigen allgemeinen Wertschätzung stand das breite Volk öffentlichen Interessen zunehmend desinteressiert und seiner Regierung zunehmend feindlich gegenüber.<sup>117</sup>

Die Anti-Monopol-Gesetze wiederum hatten es Unternehmen im US-Inland seit dem Zweiten Weltkrieg schwer gemacht ihre Marktanteile durch Zusammenschlüsse zu vergrößern. Aus diesem Grund gingen die Unternehmen dazu über, mittels Einführung neuer Produktlinien bzw. mittels Produktdifferenzierung und breit angelegter, aggressiver Werbekampagnen den Absatz ihrer Produkte auf dem US-amerikanischen Markt zu sichern.<sup>118</sup> Mitte/Ende der 1950er-Jahre jedoch schien der nationale Markt gesättigt zu sein. Die seitens der Bundesregierung gezielte Förderung der Expansion US-amerikanischer Unternehmen im Ausland erlaubte damit den willkommenen Schritt in Richtung Unternehmensvergrößerung: Vor allem Europa bot eine unersättliche Nachfrage nach Gütern, welche die USA anbieten konnten, massenhaft billige Arbeitskräfte und Anreize seitens der US-Regierung für Auslandsinvestitionen:<sup>119</sup> Mit der Möglichkeit, die verschiedenen europäischen Währungen in US-Dollars umzuwandeln, als eine der ersten Maßnahmen der neu gegründeten Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, konnten die amerikanischen Unternehmen ihre Profite in die USA zurückfließen lassen, was wiederum ein Erstarren der eigenen Wirtschaft und die verstärkte Gründung multinationaler Unternehmen bewirken würde.<sup>120</sup> Das sollte zwischen 1958 und 1964 zur größten wirtschaftlichen Auslandsexpansion der USA führen.<sup>121</sup> Die zunehmende Marktstärke dieser multinationalen Unternehmen im Ausland bewirkte letztendlich auch deren Wirtschaftskontrolle im Inland: “So pervasive was the corporate presence that it resulted in the entrenchment of the corporate mentality in the American public psyche”.<sup>122</sup> Ausschlaggebend für eine solche Entwicklung waren neben Eisenhowers Konsumideologie vor allem aber die Regierungsmaßnahmen und Auslandsprogramme der nachfolgenden Kennedy-Administration, die eine breite Wohlfahrtsförderung anstrebte.<sup>123</sup> Mit den wirtschaftlichen Rezessionen in den späten 1950er-Jahren und 1960 waren die gesellschaftspolitischen “Schwachstellen” in der Regierungsära Eisenhower immer mehr zutage getreten: Der öffentliche Sektor in den USA war zugunsten des Privatinteresses völlig vernachlässigt worden.<sup>124</sup>

---

<sup>116</sup> Vgl. Mamiya, 2 ff. und 19 ff.

<sup>117</sup> Vgl. Schlesinger, 60.

<sup>118</sup> Vgl. Mamiya, 112 ff.

<sup>119</sup> Vgl. ebda., 15 und Christopher Tugendhat, *The Multinationals* (New York: Random House, 1972) 33 f.

<sup>120</sup> Vgl. Mamiya, 15.

<sup>121</sup> Vgl. ebda., 15 f.

<sup>122</sup> Ebda., 14.

<sup>123</sup> Vgl. ebda., 2 f.

<sup>124</sup> Vgl. Schlesinger, 58.

Mit dem politischen Schlagwort einer *New Frontier*, welches an die mythische Bedeutung des *Frontier*-Begriffes anknüpfte, formulierte Präsident John F. Kennedy neue nationale Interessen und Ziele und sollte damit erstmals eine Aufbruchstimmung bewirken: "It is a time for a new generation of leadership, to cope with new problems and new opportunities. [...] For there is a new world to be won."<sup>125</sup> Den Ausweg aus der wirtschaftlichen Misere – im Gegensatz zum wirtschaftlichen Zusammenbruch Ende der 1920er-Jahre war Kennedy mit einer breiten (vorwiegend weißen) Wohlstandsgesellschaft, einem anhaltenden Babyboom und einer hohen Immigrationswelle konfrontiert<sup>126</sup> – suchte der neugewählte Präsident<sup>127</sup> beim Wirtschaftstheoretiker Keynes unter dem danach ausgearbeiteten Wirtschaftsprogramm, der so genannten *New Economics*:<sup>128</sup>

The ascension of John F. Kennedy to the presidency is notable in the history of American consumer culture, since his administration was the first to accept wholeheartedly the Keynesian analysis and to base its decisions regarding both domestic and foreign policy on such an approach.<sup>129</sup>

Um gemäß den Keyneschen Richtlinien die Wirtschaft anzukurbeln, musste die amerikanische Bevölkerung von allen Seiten zum Konsumieren angeregt werden. Dazu bedurfte es auch einer Erhöhung der Regierungsausgaben. Kennedy sollte die Lösung für sein Keynesches Wirtschaftsprogramm in der Schaffung des Weltraumprogramms finden: Das Programm bot neues Propagandamaterial in dieser

<sup>125</sup> Matthew J. Bruccoli and Richard Layman, eds., *American Decades 1960–1969* (Detroit: Gale Research, 1993) Introduction (VII), Auszug aus John F. Kennedys Antrittsrede als neugewählter Präsident. Wersich, 527 unter FRONTIER: Das Konzept der "New Frontier" selbst hatte JFK erstmals bei seiner offiziellen Antrittsrede als Präsidentschaftskandidat auf dem Parteikonvent der Demokratischen Partei in Los Angeles am 15. Juli 1960 vorgestellt und dabei die Forderung an sein Volk zu mehr Eigeninitiative mit der Hoffnung verbunden, "dass alle Probleme lösbar seien".

<sup>126</sup> Vgl. Daniel Snowman and Malcolm Bradbury, "The Sixties and Seventies," *An Introduction to American Studies*, ed. Malcolm Bradbury (Harlow: Longman, 1995) 269 ff. (zusammenfassend): Beim Amtsantritt Kennedys betrug das durchschnittliche Jahresfamilieneinkommen über 6000 US-Dollar, was einen Zuwachs von 50 % seit 1950 ausmachte und durch die niedrige Inflation und damit Teuerungsrate von nur 15 % in der Dekade bewirkt worden war. Der Wohlstand war zwar in der Eisenhower-Ära grundsätzlich angestiegen, aber auch unterschiedlich verteilt: Während 1960 Familien in den oberen 20 % der Einkommensklasse 42 % des Gesamteinkommens verdienten, erhielten Familien in den unteren 20 % der Einkommensklasse nur 4,9 %. Das starke Bevölkerungswachstum war zudem auf verschiedene Teile der USA aufgeteilt: Während die Großstädte im Süden und Westen rapide wuchsen, erfuhren die Städte an der Ostküste einen realen Bevölkerungsverlust, da die Menschen süd- oder westwärts oder in die rasch anwachsenden, zumeist weißen Vororte zogen. Die Großstädte im Norden zogen die *African-Americans* aus dem ländlichen Süden sowie *Puerto Ricans* und *Caribbeans* an, welche wegen des Wegzugs der weißen Mittelklasse vernachlässigte Innenstädte vorfanden. Millionen weißer und schwarzer AmerikanerInnen wiederum waren im amerikanischen Hinterland mit Armut konfrontiert. Mit einer höheren Lebenserwartung aufgrund medizinischer Fortschritte war Kennedy zudem mit einer älter werdenden Bevölkerung konfrontiert: Darin waren 45 % der Menschen entweder unter 18 oder über 65 Jahre alt, was insgesamt zu unausgewogen war, um das ganze ökonomische Gewicht in der Folge zu tragen. Kennedy stand bei seinem Amtsantritt einer Bevölkerung von 180 Mio. AmerikanerInnen und Amerikanern gegenüber, die mehrheitlich folgendes demografisches Profil aufwies: vorwiegend weiß, in den Vororten der Städte lebend und in *white-collar*-Jobs tätig.

<sup>127</sup> Ebda., 269: Trotz seiner Popularität und einer sehnsüchtigst erwarteten Wende wurde J. F. Kennedy von der Mehrheit der US-AmerikanerInnen *nicht* gewählt. 1/3 der Wahlbevölkerung war nicht zu den Urnen gegangen und von den restlichen 2/3 der Bevölkerung gingen 49,6 % der Stimmen an Eisenhowers Vize Richard M. Nixon und 0,7 % an andere Kandidierende. Mit den restlichen 49,7 % war John F. Kennedy der 14. US-Präsident, der "on a minority vote" gewählt worden war.

<sup>128</sup> Vgl. Wersich, 420 f.: Unter dem Begriff "New Economics" wurde die Keynesche Theorie für John F. Kennedy und später für Lyndon B. Johnson von den Ökonomen W. Heller und J. Tobin (und anderen) weiterentwickelt. Darin sollte "eine Globalsteuerung mit Hilfe der fiskalischen Aggregatgrößen Einnahmen/Ausgaben [erfolgen], ohne die Wirtschaft administrativ zu bevormunden oder ineffiziente Massenbeschäftigungsprogramme aufzulegen". Auch wurde "die Bedeutung der Geldpolitik für die Nachfragesteuerung" erkannt. Die Verfechter der *New Economics* sahen auch davon ab, "die staatlichen Defizite in Aufschwungsphasen zu verringern und damit den Aufschwung zu bremsen (*leaning against the wind*). Dafür sollten noch in Aufschwungsphasen "expansive Impulse" gegeben werden, "wenn das Vollbeschäftigungsziel noch nicht erreicht war", wobei die Arbeitslosenrate 4 % nicht überschreiten sollte. Höhere Inflationsraten würden sogar in Kauf genommen werden, allerdings sollte in den *New Economics* "eine konjunkturelle Überhitzung mit sich beschleunigender Inflation verhindert werden (*fine tuning*)". Mit der Erhöhung der Staatsausgaben seit den 1960er-Jahren, finanziert durch eine wachsende Staatsverschuldung und eine akkommodierende Geldpolitik, war die Inflationsrate gestiegen und der feste Wechselkurs des US-Dollars gefährdet.

<sup>129</sup> Mamiya, 2.

sogenannten “crisis of national purpose”<sup>130</sup>, weswegen der demokratische Präsident das Konsumieren als Ausdruck des amerikanischen Lebensstils mit patriotischen und militärischen Interessen verband und die amerikanische Bevölkerung dadurch zum Konsumieren animierte. Zugleich bot das Programm wirtschaftliche Unternehmensanreize und brachte durch die Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze sowie durch mehr Absatz auch eine Stabilisierung der amerikanischen Wirtschaft.<sup>131</sup>

Kennedys Politik wurde neben der Automobilindustrie von vielen weiteren Industriezweigen und Unternehmen insofern gestützt, als diese die Symbolik und Bildsprache der Raumfahrt sowie die einer latenten Bedrohung durch einen nuklearen Krieg in das Design ihrer Konsumprodukte aufnahmen,<sup>132</sup> wie die bekannte US-amerikanische Kunstwissenschaftlerin und Autorin Christin J. Mamiya in ihrem Standardwerk *Pop Art and Consumer Culture* erstmals in ihrer Breite aufzuzeigen vermochte: So lehnte sich das Design von Tischlampen, Staubsaugern, Mixern, Kühlschränken, Porzellan- und Glaswaren, elektrischen Rasierern und von vielen weiteren Haushaltswaren und Einrichtungsgegenständen in den 1960ern formal an Satelliten, Raketen und Atome an.<sup>133</sup> Subtil wurde auf diese Art und Weise die Verbindung zwischen dem individuellen amerikanischen Haushalt und fortschrittlicher Militärtechnologie hergestellt und die Konsumideologie mit der gängigen militärischen Ideologie verflochten.<sup>134</sup> Auch die Erfindung des Druckknopfes – des ‘push button’ – geht auf diese Zeit zurück und zeigt, wie Hochtechnologie mit dem häuslichen Bereich symbolisch wie emotional verbunden wurde und die gängige militärische Ideologie Eingang in die amerikanische Psyche gefunden hatte. Der ‘push button’ wurde von der Öffentlichkeit als größtmögliche Form der Machtausübung empfunden, und zwar als die der nuklearen Auslöschung: “The popular public perception was that the president had a push button on his desk that could wipe out entire geographical areas as easily as a housewife could turn on a vacuum cleaner.”<sup>135</sup> Dieser Glaube wurde unter anderem durch Aussagen in Zeitungen wie im *U.S. News & World Report* verbreitet: “Push a button today, and more than 200 missiles with nuclear warheads would go speeding to specific cities in Russia.”<sup>136</sup> Die 1960er-Jahre – auch *push button age* genannt – waren somit auch die Zeit der Etablierung der Popart als Kunst(richtung); und zwar einer Kunst, die sich erstmals selbst kommerziell zu vermarkten wusste und zugleich als entscheidende Mittlerin zwischen einer ideologischen Verflechtung von politischen und wirtschaftlichen Interessen im Alltagsdesign und den “Konsumvorstellungen” der US-amerikanischen BürgerInnen wirken sollte, wie Mamiya schlussendlich als besonderes Erbe ausmachte:

Pop entered into the process of negotiation between the ideology of consumption, the growing ethos of self-fulfillment, and governmental and corporate imperatives by appropriating images from the consumer environment. This, in conjunction with the absorption of Pop into an institutional matrix of dealers, critics, and collectors that was itself shifting toward corporate models, contributed to the legitimacy of consumer culture. This has been Pop’s legacy.<sup>137</sup>

Um in der amerikanischen Bevölkerung langfristig Akzeptanz und Unterstützung für ihre Weltraumforschung zu finden, investierten Kennedy und später sein demokratischer Nachfolger Lyndon B.

---

<sup>130</sup> Vgl. ebda., 28.

<sup>131</sup> Ebda.

<sup>132</sup> Ebda 29 f., 116.

<sup>133</sup> Ebda., 183. Vgl. auch 26 f: Die Erfindung der Heckflosse am Cadillac durch den Leiter der Art and Color Section bei General Motors, Harley Earl, im Jahr 1948 war in ihrem Design bereits damals an ein Kampfflugzeug aus dem Zweiten Weltkrieg angelehnt, um der Bevölkerung Geschwindigkeit und Hochtechnologie zu vermitteln.

<sup>134</sup> Vgl. ebda., 29, 115.

<sup>135</sup> Ebda., 115.

<sup>136</sup> Ebda.

<sup>137</sup> Ebda., 170 f.



Johnson enorm in Öffentlichkeitsarbeit und Werbekampagnen: “The Kennedy years constituted an important watershed in the national life. In this period, the various arts and businesses of communications, entertainment, and information reached a new level of maturity and power.”<sup>138</sup> Und John F. Kennedy sollte es – wie kein anderer Präsident zuvor – verstehen, die Massenmedien für sich zu nutzen, wobei er sich insbesondere der medialen Wirksamkeit des Fernsehens bewusst war. Über Jahre hinweg hatte Kennedy sich über die Medien ein persönliches Image geschaffen, das er nach seinem Amtsantritt zusammen mit seinem Programm an die amerikanische Öffentlichkeit “verkaufte”.<sup>139</sup> Das Fernsehen war dabei die ideale Plattform für seine Auftritte:<sup>140</sup> Denn von der Seifenoper zur Abendshow und zu den Tagesnachrichten bot das Fernsehen 24-Stunden-Nonstop Information und Unterhaltung sowie vor allem leicht konsumierbare visuelle Bilderwelten und Erfahrungen aus zweiter Hand ähnlich wie in der Werbung.<sup>141</sup>

[...] the metaphoric real world displayed on television does not display the real world, but displaces it. [...] Television does not represent the manifest actuality of our society, but rather reflects, symbolically, the structure of values and relationships beneath the surface.<sup>142</sup>

Television assumes the viewer shares its values, values which are strengthened by constant viewing. These shared values mean that television eventually becomes a mirror in which the beholder sees his or her own face. Thus the community is homogenized as an extension of one’s own self and in this respect, television works like advertising which confronts the consumer with his or her own reflection.<sup>143</sup>

Als willkommene Projektionsfläche für fabrizierte Wunschvorstellungen von Personen, Produkten oder Themen war das Fernsehen zum idealen Vehikel für die kontinuierliche Selbstbestätigung und gleichzeitige Verbreitung der Werbung im US-amerikanischen Alltag geworden:

Consumers are constructed as passive spectators. Advertising offers goods for consumers to view and the impression conveyed by this process is that the world somehow operates independently of consumers so all they have to do is to buy the products they see before them. Consumers are constructed to watch the world, not to take part in it, and this is a condition fostered by the ever-improving technology of television. Indeed, the consumer’s relation to the world is increasingly parallel to the television viewer’s relationship to his or her set. Television makes the world visible and, in doing so, reduces all realities to the status of the visible. In making the world visible television generates the illusion that is its accessible: to see is to understand.<sup>144</sup>

Ende der 1960er-Jahre waren die durchschnittlichen FernsehzuschauerInnen als (potenzielle) Konsumentinnen und Konsumenten bereits mehr als 40.000 Werbespots im Jahr ausgesetzt.<sup>145</sup> “[A] consumption economy . . . finds its reality in appearances.”<sup>146</sup> Werbefachleute, Unternehmen und die Politik wussten das Medium “Fernsehen” nach dem Vorbild Kennedys allesamt gleich für ihre Interessen zu nutzen, sodass mittels Fernsehwerbung die Expansion der Wirtschaftsunternehmen und Marketingpraktiken bei den

<sup>138</sup> Robert Sobel, *The Manipulators: America in the Media Age* (Garden City: Anchor Press, 1976) 348.

<sup>139</sup> Mamiya, 75.

<sup>140</sup> Vgl. Melvin L. Defleur and Sandra Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication* (New York: David McKay Company, 1975) 9.

<sup>141</sup> Vgl. Mamiya, 74.

<sup>142</sup> John Fiske and J. Hartley, *Reading Television* (London: Methuen, 1978) 48, 24.

<sup>143</sup> Gary Day, “Introduction: Popular Culture – The Conditions of Control?” in *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?*, ed. Gary Day (New York: St. Martin’s Press, 1990) 8 f.

<sup>144</sup> Ebda., 7.

<sup>145</sup> Vgl. Mamiya, 18.

<sup>146</sup> Daniel Bell, *The Cultural Contradictions of Capitalism* (New York: Basic Books, 1976) 68. Laut Bell gibt es einen grundsätzlichen Widerspruch im Spätkapitalismus: Dieser manifestiert sich in der Disziplin, der Rationalität und dem Ästhetizismus bei der Produktion, im ausgabefreudigen Hedonismus und in der Verschwendung beim Konsum. Diese Widersprüche sollen zwei Dekaden später – im Hyperkonsumismus – symbiotisch vereint sein. Die Verführung der Konsumentinnen und Konsumenten ist zu einem Mittel der sozialen Kontrolle geworden, wobei das Konsumvergnügen bei der Bewältigung des nach kapitalistischen Prinzipien und Mechanismen funktionierenden Alltags unentbehrlich geworden ist.

Amerikanerinnen und Amerikanern legitimiert und gleichzeitig die eigene Unternehmensstärke ausgebaut werden konnte.

Die existentielle Abhängigkeit des Fernsehens von den Werbeeinnahmen in den 1960er-Jahren wiederum sollte die symbiotische Beziehung, die das Medium – mehr als alle anderen Massenmedien – mit der Werbung eingegangen war zeigen: Ein Untermauern der Konsumideologie lag daher immer im eigenen (Überlebens-)Interesse.<sup>147</sup> Das Fernsehen wurde mit der Werbung zur ideologischen Grundlage der amerikanischen Konsumgesellschaft und Vorbereiter der Ära des Hyperkonsumismus:

Advertising and television create conditions of experience so that they determine not just what is experienced but also how it is experienced [...] It is not just external but internal too and it is because it has been internalised as a condition of experience that it can act so powerfully as a form of control.<sup>148</sup>

Kennedy sollte das amerikanische Volk immer wieder im Glauben bestärken, dass nationale Stärke nur mit einer gesunden Konsumwirtschaft erreicht werden könne und meinte trotz des gestiegenen Wohlstands in seiner Jahresansprache zur Lage der Union an den Kongress vom 21. Januar 1963: “[The American Nation is] still falling substantially short of its economic potential – a potential we must fulfill both to raise our standards of wellbeing at home and to serve the cause of freedom abroad.”<sup>149</sup>

Denselben Weg – die Gleichsetzung von Patriotismus und Militärinteressen mit der Konsumideologie – beschritt nach Kennedys Ermordung der 36. US-Präsident Lyndon B. Johnson (1963–69). Er fand mit dem Vietnamkrieg ein Argument für die Erhöhung der Regierungsausgaben und sollte damit in entscheidender Weise den Wirtschaftsboom zwischen 1964 und 1968 erwirken.<sup>150</sup> So klangen staatliche Militärausgaben für die Unternehmen überzeugender als Investitionen der Regierung im sozialen und kulturellen Bereich, da ihre Unternehmensinteressen mit einem unbegrenzten Markt für ihre Produkte und dem gleichzeitigen Schutz ihrer Investitionen gewahrt blieben. Zudem sollte eine Kriegswirtschaft eine ungleich größere Nachfrage an Produkten und Dienstleistungen provozieren.<sup>151</sup> Regierung, Unternehmen und Werbeindustrie präsentierten die herangereifte Konsumkultur als selbstverständliche und unvermeidliche Entwicklung des freien Marktsystems (und damit als Symbol der amerikanischen Demokratie und des Kapitalismus),<sup>152</sup> dessen Sicherung auch einen militärischen Einsatz rechtfertigen würde. Eine solche Annahme sollte allerdings heftige Kontroversen provozieren, vor allem in der sich formierenden *counterculture* – als Gegenbewegung

---

<sup>147</sup> Ebda., 72 f.

<sup>148</sup> Day, 9.

<sup>149</sup> Nach E. Ray Canterbury in *Economics on a New Frontier* (Belmont: Wadsworth Publishing Co, 1968) 150. Gemäß Kennedys Aussage im *Economic Report* seiner Jahresansprache war das Bruttoinlandsprodukt zwischen 1960 und 1965 um fast 36 % und die Arbeitslöhne im selben Zeitraum um etwa 20 % gestiegen; die Arbeitslosigkeit variierte bis 1965 zwischen 5 % und 6 % und die Inflation zwischen 1 % und 2 %.

<sup>150</sup> Mamiya, 29 f. Vgl. auch David Horowitz, “Capitalism and the Crisis of Abundance,” *In the Marketplace: Consumerism in America*, Editors of *Ramparts* with Frank Browning (San Francisco: Canfield Press, 1972) 221 f.

<sup>151</sup> In ihrer Studie *America and the Crisis of World Capitalism* in Mamiya 29 ff. untersuchte Joyce Kolko den Unterschied zwischen einer Wirtschaft, die sich auf Militärausgaben für die Verteidigung stützt und einer Kriegswirtschaft: Eine Wirtschaft, die sich auf Verteidigungsausgaben stützt, würde “vertikale” Ausgaben tätigen; das heißt, in Technologien investieren, den Beschäftigten in Wissenschaft und Ingenieurwesen hohe Löhne zahlen und den wenigen Unternehmen, die Vertragsabschlüsse mit der Regierung hätten, hohe Profite bieten. Eine Kriegswirtschaft wiederum hätte einen “horizontalen Effekt”, da die Nachfrage an benötigten Gütern und Dienstleistungen ungleich multipliziert würde und große Mengen an Werkstoffen gebraucht würden, was wiederum die Schaffung von Arbeitsplätzen bedeutete. Kolko kam zum Ergebnis, dass eine Kriegswirtschaft eine größere Wirkung auf das Ankurbeln einer Wirtschaft haben würde als ein US-Haushalt, der sich auf Militärausgaben für die Verteidigung stützte. Dies bestätigt auch eine Schätzung des U.S. Department of Labor, wonach mit dem Vietnamkrieg zwischen 1965 und 1967 mehr als eine Million Arbeitsplätze geschaffen wurden. Das waren 23 % der mehr als vier Millionen neu geschaffenen Arbeitsplätze seit 1965.

<sup>152</sup> Vgl. Mamiya, 124.

zu den vorherrschenden Idealen der konservativen Elterngeneration –, die zusammen mit der Bürgerrechtsbewegung den bis dahin geltenden, durch einen breiten Wohlstand legitimierten Konsens im amerikanischen Volk brechen würde.

Neben den nationalen und militärischen Bemühungen hatten beide Administrationen in ihrem Keyneschen Programm auch entscheidende gesetzgeberische Maßnahmen gesetzt, die das Konsumieren ankurbeln sollten: Kennedys Vorschlag einer Steuerkürzung fand seine praktische Umsetzung aber erst mit Johnson. Das durch diese Kürzung übrig gebliebene Steuergeld sollte theoretisch dem Einzelnen als zusätzlich verfügbares Kapital bereitstehen. Der höhere Eigenkonsum würde sich mit jedem Einzelnen multiplizieren und sich in steigendem individuellem Konsum auswirken. Parallel eingeführte niedrigere Steuersätze für Unternehmen sollten wiederum zu höheren Profiten und damit größerer Investitionsbereitschaft führen.<sup>153</sup> Der Erfolg dieses Konzeptes – die ideologische Verflechtung von Wirtschaft und Gesetzgebung – ließ sich am steigenden Wohlstand in diesen Jahren messen,<sup>154</sup> der den konservativen Wirtschaftswissenschaftler Milton Friedman 1965 zum berühmten Ausspruch “We are all Keynesians now” bewegen sollte: Die beiden Präsidenten hatten die “Keynesian Revolution”<sup>155</sup> – eine Wohlstandsförderung für alle – vollbracht, wobei die Kennedy-Johnson-Steuerkürzung von 1964 den Höhepunkt dieser Revolution darstellte.<sup>156</sup>

Die amerikanische Wohlstandsentwicklung und Hinorientierung zur Konsumgesellschaft fand ihre beste Verkörperung im Auto, welches in den 1960er-Jahren für die amerikanische Bevölkerung zu dem Produkt geworden war, “that corresponded best to a most ecstatic moment of national development”<sup>157</sup>. Zum einfachen und langlebigen Transportmittel bis Mitte der 1920er-Jahre avanciert, hatte eine weitgehende Übersättigung des Marktes eine Revolution der Ford-Strategie forciert: die “Einführung der Produkt-Diversifikation und jährlichen Modellwechsel” durch den Präsidenten von General Motors, Alfred P. Sloan.<sup>158</sup> Das Konzept des *Sloanism* gründete auf einer “Angebotshierarchie von preiswerten bis hin zu teureren Autos, mit der Absicht, dem Konsumenten die Möglichkeit zu geben, seinen erreichten ökonomischen Erfolg sowie den damit einhergehenden sozialen Status durch das jeweilige Automodell dokumentieren zu können.”<sup>159</sup> Durch diese Vermarktungsstrategie wurde das Auto immer mehr als soziales Statussymbol wahrgenommen und in den 1950er-Jahren zum erkennbaren und stark beworbenen Symbol von Wohlstand und Macht: Die zahlreichen Extras wie beispielsweise die Heckflosse bei einem Cadillac suggerierten über diese Form der Differenzierung “mehr Individualität”, welche sich zusammen mit der Wahl des Automodells dann automatisch auf die “Persönlichkeit” der fahrenden Person übertragen würde:<sup>160</sup>

[...] the automobile tells who we are and what we think we want to be. [...] It is a portable symbol of our personality and our position [...] the clearest way we have of telling people of our exact position. [In buying a car] you are saying in a sense, ‘I am looking for the car that expresses who I am.’<sup>161</sup>

<sup>153</sup> Vgl. Wersich, 420 und Canterbury, 271 f.: Statistische Erhebungen über den Zeitraum von 1954–64 zeigten demnach, dass 93 % dieses zusätzlich verfügbaren Einkommens tatsächlich ausgegeben wurden, und dass von jedem “neuen” US-Dollar dieses verfügbaren Einkommens 94,9 Cent wiederum auf Konsumgüter entfielen.

<sup>154</sup> Vgl. Mamiya, 124: Die amerikanische Wirtschaft wuchs zwischen 1959 und 1969 jährlich um durchschnittlich 4,6 %.

<sup>155</sup> Zitiert nach dem Vorsitzenden des Dachverbandes für Wirtschaftsberater unter beiden Präsidenten Walter W. Heller in Mamiya, 3.

<sup>156</sup> Robert M. Collins, *The Business Response to Keynes, 1929–1964* (New York: Columbia University Press, 1981) 15.

<sup>157</sup> Emma Rothschild, *Paradise Lost: The Decline of the Auto-Industrial Age* (New York: Random House, 1973) 247.

<sup>158</sup> Wersich, 115.

<sup>159</sup> Ebda.

<sup>160</sup> Ebda.

<sup>161</sup> Nach dem Leiter der Wissenschaftsredaktion der *Chicago Tribune* Pierre Martineau in Mamiya, 26.

Mit dem Auto konnte die mobil gewordene Bevölkerungsschicht aus der Enge der Städte in die Vororte flüchten, was sozialen Aufstieg und damit Erfolg bedeutete. Allerdings zeigen die seit den 1920er-Jahren boomartig entstandenen und in den 1950er-Jahren ausgebauten, ausschließlich den weißen Amerikanerinnen und Amerikanern vorbehaltenen Vororte, dass es vor allem diese Schicht war, die wegzog und den neuen Lebensstil genoss. Neben der reinen Konfliktvermeidung mit anderen Ethnien sollte diese sozial mobil gewordene, weiße Bevölkerungsschicht damit den Innenstädten wichtiges Steuergeld entziehen, das für deren längerfristigen Aufbau grundlegend gewesen wäre. Die zurückgebliebene und sich mit den Migrations- und Immigrationswellen ständig vergrößernde Innenstadtbevölkerung hatte zumeist kein bzw. zu wenig Geld für die Errichtung bzw. Verbesserung grundlegender Infrastrukturen wie Bildungs- und Sozialeinrichtungen. In der Folge verarmten die Innenstädte zusehends und wurden von ethnischen Konflikten zerrüttet.<sup>162</sup> Lyndon B. Johnson konnte zwar mit seiner Vision einer *Great Society* – “einer Wohlstandsgesellschaft, in der auf der Grundlage ökonomischer Prosperität materielle Chancengleichheit für alle Bürger ungeachtet ihrer Herkunft und Hautfarbe gewährleistet werden kann”<sup>163</sup> – eine weitere Reformwelle im Sozial- und Bildungssystem nach dem Vorbild der *New Deal*-Ära einleiten, allerdings bewirkte diese bei den einkommensschwachen Bevölkerungsschichten nur eine kurzfristige soziale Verbesserung. Johnsons Reformen bildeten jedoch mit dem *New Deal*-Programm die Grundlage für den bis heute unterentwickelten amerikanischen Sozialstaat, den *Welfare State*, und mit den Bürgerrechtsgesetzen eine grundlegende staatliche Absage an die Rassendiskriminierung.<sup>164</sup> Somit war das Auto (als propagierter Wohlstandsmesser) direkt mitverantwortlich für eine dezentralisierte Städteplanung ohne Schwerpunktsetzung auf einen öffentlichen Verkehr und für die Entstehung der Vororte und würde damit indirekt mitschuldig an der Errichtung neuer, unsichtbarer Rassenschranken trotz der nach außen hin sichtbaren sozioökonomischen Veränderungen sein.<sup>165</sup>

Das Konsumieren in den 1950er- und 1960er-Jahren erfüllte noch eine weitere ideologische Funktion: Das Festhalten am sozialen Konstrukt der traditionellen Familie, wobei sich in den USA – gesellschaftspolitisch propagiert – seit der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts die patriarchale Familienstruktur der weißen Mittelklasse als “Modell der modernen Familie” durchgesetzt hatte.<sup>166</sup> Dieser Konservatismus sollte besonders gut an der erfolgreichen Produkt-Infiltration im Mikrokosmos “Haushalt” und dem Kult der Häuslichkeit sichtbar sein.<sup>167</sup> Doch mit dem Eintritt vieler Frauen in das Berufsleben (die Zahl berufstätiger Frauen nahm in den 1960ern um 50 % zu)<sup>168</sup> war die traditionelle US-amerikanische Familie mit dem Vater als Ernährer und der Frau als ganztägiger Hausfrau und Mutter zunehmend ins Wanken geraten. Gleichzeitig waren die Scheidungsrate und die Anzahl der Einfamilienhaushalte, der alleinerziehenden Mütter und

---

<sup>162</sup> 1962 bereits hatte der sozialistische Autor Michael Harrington mit seinem Buch *The Other America* das “andere” Amerika schockiert, weil er darin das Gegenstück zur “affluent society” präsentiert hatte. Harrington porträtierte im Buch die “economic underworld” in New York, die “Puerto Ricans and Negroes, alcoholics, drifters, and disturbed people”, welche sich als “dishwashers and dayworkers” und mit “fly-by-night jobs” durchschlugen, und “the rural poor”, die als TagelöhnerInnen um das tägliche Überleben kämpften. Nach Harrington hatte das *U.S. Bureau of Labor Statistics* Anfang der 1960er-Jahre das jährliche Mindesteinkommen für eine vierköpfige Familie mit 3000 US-Dollar berechnet und für eine sechsköpfige Familie mit 4000 US-Dollar. 40 Millionen AmerikanerInnen, fast ein Viertel der damaligen US-Bevölkerung, lebten unter diesem Existenzminimum, fast gleich viele US-BürgerInnen knapp darüber.

<sup>163</sup> Vgl. Wersich, 332.

<sup>164</sup> Ebda., 333.

<sup>165</sup> Vgl. auch Mamiya, 19 ff.

<sup>166</sup> Wersich, 272 ff., Mamiya 124.

<sup>167</sup> Vgl. auch Mamiya, 112 ff.

<sup>168</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 60s*, VII.

berufstätigen Eltern bedeutsam angestiegen.<sup>169</sup> Diese sozialen Veränderungen beruhten vor allem auf einem sich wandelnden Rollenverständnis der Frauen, die ihre persönliche Freiheit und Wünsche nicht mehr nur den traditionellen Idealen von Häuslichkeit unterordnen wollten.<sup>170</sup> Die Frauen selbst aber waren vielfach im Zwiespalt zwischen Schuldgefühlen ob ihres Bruchs mit dem traditionellen Rollenbild und ihren persönlichen Unabhängigkeitsbestrebungen. Die Werbeindustrie reflektierte nach Mamiya diese inneren Konflikte und präsentierte mit hochtechnologischen Haushaltsprodukten – wie mit einem Mikrowellenherd für Tiefkühlkost – “Lösungen”. Damit konnte die Arbeit im Haushalt von der “modernen” Frau schneller und effizienter erledigt werden, wobei die Rollenaufteilung an sich aber nicht hinterfragt wurde.<sup>171</sup> Zugleich propagierten Medien und Werbung das Idealbild der Hausfrau und Mutter als berufliche “Karriere” und Frauen begannen innerhalb einer ideologischen Matrix von Institutionen, Werten und Moralstandards als Konsumentinnen und (erstmalig) als Werbe-Objekte zugleich zu funktionieren.<sup>172</sup> Nach Dominic Strinati hat jedoch gerade die öffentliche Darstellung der “Frau” in der US-amerikanischen Populärkultur, dabei vor allem in der Werbung, seit den 1950ern zur Tradierung des herrschenden, (kapitalistisch)-patriarchalischen Gesellschaftssystems beigetragen:

Cultural representations of women in the mass media are conceived of as working to support and continue the prevailing sexual division of labour, and orthodox conceptions of femininity and masculinity. The ‘symbolic annihilation of women’ [this refers to the way how women are either absent, condemned or trivialised] by the mass media serves to confirm that the roles of wife, mother and housewife, etc., are the fate of women in a patriarchal society. Women are socialised into performing these roles by cultural representations, which attempt to make them appear to be the natural prerogative of women.<sup>173</sup>

Somit war die Rolle der Frau in der neuen Konsumkultur von Beginn an konservativ angelegt: über die Werbung als Hüterin eines patriarchalisch definierten *Status quo* und durch das Ethos der Selbsterfüllung als Vermittlerin der neuen Konsumideologie.<sup>174</sup>

Die entscheidende Rolle bei der (rasanten) Entwicklung der US-amerikanischen Konsumkultur und der Ausbildung der amerikanischen Gesellschaft als Konsumgesellschaft in den 1950er- und 1960er-Jahren spielte wie bereits angedeutet die Werbung: “It is through advertising that the ideological claims of consumption are reinforced.”<sup>175</sup> Wobei die Ausbildung der amerikanischen Konsumkultur laut Mamiya jedoch nicht als einseitiges, äußeres Aufoktroieren der Konsumideologie von Seiten der Massenmedien, der Regierung und der Wirtschaft verstanden werden darf. Sie muss vielmehr im Zusammenspiel mit der amerikanischen Psyche und den sozioökonomischen Entwicklungen seit der Industriellen Revolution betrachtet werden, denn “[the] consumer culture of the 1960s flourished in an accepting social and moral climate that centered on an ethos of self-fulfillment.”<sup>176</sup>

---

<sup>169</sup> Mamiya, 124 und vgl. Brucoli and Layman, *AD 60s*, 91.

<sup>170</sup> Mamiya, 124 f.

<sup>171</sup> Ebda., 125.

<sup>172</sup> Ebda.

<sup>173</sup> Dominic Strinati, *An introduction to theories of popular culture* (London: Routledge, 1995), 181.

<sup>174</sup> Vgl. ebda., 180 ff. und Mamiya, 112.

<sup>175</sup> Mamiya, 16.

<sup>176</sup> Ebda., 112.

## Die Werbung und das Ethos der Selbsterfüllung

Als Teil der amerikanischen Populärkultur hat die Werbung – als modernste und weit verbreitete Form der Massenkommunikation – ihre Ursprünge in der frühen Kolonialzeit. Die erste Publikation über die “Neue Welt”, Thomas Hariots *A Brief and True Report of the New Found Land of Virginia* im Jahr 1588, kann bereits als erste Form einer Werbebroschüre für auswanderungswillige Europäerinnen und Europäer gewertet werden.<sup>177</sup> Werbung begann in Amerika mit dessen erstem Produkt, dem Tabak. Bereits im 17. und 18. Jahrhundert zirkulierten Werbebroschüren und Flugblätter, die potenzielle KäuferInnen über die Verfügbarkeit von unterschiedlichen Waren informierten. Frühe Formen der Werbung finden sich auch auf den begleitenden Seiten von Büchern und Almanachen. 1704 soll die *Boston Newsletter* als erste Zeitung eine Werbeanzeige geschaltet haben, welche mit der Ankündigung einer Belohnung beim Fassen eines Diebes verbunden war. Wegweisend in der formalen Aufmachung von Werbeanzeigen war Benjamin Franklin als Drucker und Zeitungsmacher. Auch inhaltlich hatte Franklin bei der Anpreisung seiner eigenen Erfindung (dem *Franklin*-Ofen) in Richtung suggestive Werbesprache gewirkt. Der Beginn der Boulevardzeitung 1830 sollte jedoch erstmals einen Werbeboom bewirken. Sie wurde als erste Werbeträgerin eingesetzt, mit dem ein seit dem “Ausbau des Bildungssystems” auch lesefähiges “Massenpublikum” erreicht werden konnte.<sup>178</sup> In den 1870ern wurden auch die Zeitschriften als Werbeträgerinnen entdeckt. Die ersten Werbeagenturen von 1840 entwickelten sich aber erst ab 1890 zu einem eigenen Geschäftszweig, einem “Agenturwesen als ein *Big Business* mit eigenen, professionell geführten Unternehmen und speziellen Berufszweigen”.<sup>179</sup> Das Anpreisen eines Produktes oder einer handwerklichen Dienstleistung war bis dahin vor allem Öffentlichkeitsarbeit und Produktpräsentation.

Als Wirtschaftszweig trat die Werbung mit dem Einsetzen der industriellen Massenfertigung auf; mit der Trennung von Arbeit und Freizeit und der parallelen Entwicklung einer Konsum- und Unterhaltungsindustrie. Die massive Verstärkung seit der Jahrhundertwende, verbunden mit dem Aufbrechen fest verankerter Sozialstrukturen, erleichterte und förderte nach Mamiya zugleich den Einzug der Werbung in den amerikanischen Alltag des 20. Jahrhunderts: Beratungskolumnen in den Zeitungsmagazinen und die ersten Selbsthilfe- und “How to...“-Bücher zeugen von den Ängsten und der Machtlosigkeit der AmerikanerInnen beim Verkraften dieser krassen gesellschaftlichen Veränderungen.<sup>180</sup> Die Reklame – die ursprüngliche Bezeichnung für die Werbung – sollte potenziellen Konsumentinnen und Konsumenten im schnell wandelnden Alltag Orientierungshilfe in Form von Produkt- und Dienstleistungsinformation bieten und befriedigte relativ grundlegende Bedürfnisse.<sup>181</sup> Ob die Reklame damals konkret Bedürfnisse weckte, ist bis heute umstritten. Der Kauf oder die Verwendung desselben Produktes verband zu der Zeit weder die Konsumentinnen und Konsumenten untereinander noch bewirkten sie eine emotionale Bindung zum Produkt selbst.

Mit der Veränderung von einer ländlich-landwirtschaftlich zu einer städtisch-industriell orientierten Gesellschaft und durch die soziale wie geografische Mobilität waren Verhältnisse geschaffen worden, die sich

---

<sup>177</sup> Vgl. Thomas Inge, ed. *Handbook of American Popular Culture* (New York: Greenwood Press, 1989) 13 ff. als Grundlage für meine weiteren Ausführungen zur Entwicklung der “Werbung” sowie meine eigene Ausbildung als Werbefachfrau an der Werbeakademie in Wien (A) und Erfahrung im Marketing.

<sup>178</sup> Wersich, 17.

<sup>179</sup> Ebda., 18.

<sup>180</sup> Vgl. Mamiya, 16 f.

<sup>181</sup> Ebda.

in Entfremdung und Entpersonalisierung äußern sollten.<sup>182</sup> Das Leben in der Stadt war durch die sich schnell entwickelnde Technologie zwar bequemer, das Leben an sich – im Gegensatz zum ursprünglichen und unvermittelten Landleben – jedoch künstlicher und steriler geworden. Ent- bzw. befremdend für die amerikanische Psyche sollte neben der Fabrikarbeit auch die Arbeit in den neu entstandenen großen Unternehmensstrukturen wirken, welche sich auch auf die sozialen Beziehungen zwischen den Menschen auszuwirken begannen.<sup>183</sup> Die Unternehmen förderten unter anderem ein Konkurrenzdenken unter ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, welches zu einem Sichfremdwerden einerseits und zur Schwächung sozialer Verbindungen andererseits beitragen sollte. Im unpersönlichen Umfeld eines Unternehmens bzw. einer Stadt wurde das Individuum anonymer und damit unbedeutender. Die unpersönlichen, bürokratischen Unternehmensstrukturen mit ihrer Machtkonzentration würden sich daher nicht nur enorm auf Wirtschaft und Politik auswirken, sondern auch entscheidend auf den Menschen: “no less important is the principal impact that organization life has had on the individuals within it.”<sup>184</sup> So würden die Angestellten nicht mehr nur für ein Unternehmen arbeiten, sondern diesem regelrecht gehören.<sup>185</sup> Ein erfolgreicher Mann (oder eine erfolgreiche Frau) in einer großen Unternehmensstruktur würde damit “no clear core of self”<sup>186</sup>, kein klares Selbstverständnis wie -bewusstsein mehr besitzen. Um 1950 bereits war die Mehrheit der FabrikarbeiterInnen (*blue-collar*) in den Dienstleistungssektor (*white-collar*) gewechselt:

Sociologists noted that companies fostered an ethos or corporate culture. Individualism, once considered a central virtue of capitalism, had become a secondary corporate virtue of less importance than cooperation and flexibility. The increasing conformity was symbolized in the ‘organization man’.<sup>187</sup>

Neben der zunehmenden Homogenität des Einzelnen stand auch die Entwicklung einer nationalen (wechselseitig voneinander abhängigen) Marktwirtschaft im Widerspruch zum amerikanischen Ideal der individuellen Eigenständigkeit und Machbarkeit, was die Wahrung eines individuellen Selbst wesentlich verkomplizieren sollte.<sup>188</sup> Mit der Infragestellung des amerikanischen Ideals der ‘Individualität’ wurde nach Mamiya damit auch ein ganzes kulturelles Werte- und Mythensystem, das die USA als Nation zusammenschmiedete, erstmals in Frage gestellt. Da der Einzelne in der Stadt von traditionellen Sozialisationsstrukturen und -mechanismen getrennt war, war er bei der Suche nach einer eigenen Identität somit auf neue Sozialisationsstrukturen angewiesen; und dabei sollte das Konsumieren eine neue Bedeutung erfahren.

Obwohl sich die soziale Realität der Nation verändert hatte und mit der kulturellen Identität immer mehr divergierte, hatte sich seit Anfang des 20. Jahrhunderts ein ganzer Apparat an Kommunikations- und Machtstrukturen herausgebildet, der an der Aufrechterhaltung der amerikanischen Lebensphilosophie und damit an der Tradierung des Mythos Amerika zugunsten einer kapitalistischen Unternehmensweise mitwirken sollte.<sup>189</sup> Für die Ausbildung einer Konsumkultur brauchte es also amerikaweite

---

<sup>182</sup> Mamiya, 112 f. Dieselben Veränderungen fanden in Europa statt. Allerdings waren die einzelnen europäischen Nationen im Gegensatz zu den USA keine Einwanderungsländer, weswegen die entstandenen sozialen Probleme durch unterschiedliche Sozialisationsstrukturen bewältigt wurden. An dieser Stelle möchte ich auch auf die zusätzlichen sozialen und ökonomischen Probleme zwischen *Caucasians* und den verschiedenen Ethnien sowie auf die zunehmende Ghettoisierung der *African-Americans* in den Städten hinweisen.

<sup>183</sup> Ebda.

<sup>184</sup> William H. Whyte, Jr., *The Organization Man* (New York: Simon and Schuster, 1956) 4.

<sup>185</sup> Ebda.

<sup>186</sup> David Riesman with Nathan Glazer, and Revel Denney, *The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character* (New Haven: Yale UP, 1969) 157.

<sup>187</sup> David E. Nye, “Industrialization, Business and Consumerism,” *Modern American Culture*, ed. Mick Gidley (New York: Longman, 1993) 178.

<sup>188</sup> Vgl. Mamiya, 113 f.

<sup>189</sup> Vgl. ebda., 72 f.

Sozialisationsstrukturen wie die Medien, nationale Zeitungen und Zeitschriften sowie das nationale Radio wie Fernsehen. Diese Kommunikationssysteme definierten die USA erstmals als eine Massenkultur, in der bei der Ausbildung eines Konsumbewusstseins Werbung, Radio und Fernsehen miteinander als kleinster gemeinsamer Nenner wirkten.<sup>190</sup> Und es sollte dieses Zusammenspiel sein, das bei der Entwicklung der amerikanischen Konsumkultur zu einer Machtkonzentration führte, die mit nationalen Marken, Massenmarketing und den nationalen Mediennetzwerken auch sichtbar wurde.<sup>191</sup>

Der US-amerikanische Soziologe Lawrence Chenoweth hat in seinem Buch *The American Dream of Success*<sup>192</sup> die – mit dieser Konsumkultur einhergegangene – Unzufriedenheit der DurchschnittsamerikanerInnen mit ihrem Leben und ihre gleichzeitige Passivität, was eine soziale oder politische Veränderung ihrer Situation betraf, untersucht.<sup>193</sup> Chenoweth kam dabei zu einer Erkenntnis, die die Vereinnahmung des Menschen als Konsumentin bzw. Konsumenten im Hyperkonsumismus auch erklärend vorwegnimmt:

Americans generally act in response to implanted assumptions rather than out of a clear understanding of the consequences of their beliefs. All societies operate within a cultural framework. Social reality and the cultural forms that give meaning and significance to our lives are not always in phase [...] The dream of success, particularly since the onset of industrialism, while partially successful in directing the energies of the American people, has significantly failed to give meaning to the full range of our personal and social experience. [...] Americans have been unable to change their values adequately in response to massive social transformations.<sup>194</sup>

Laut Chenoweth sei diese Unzufriedenheit auf den amerikanischen Sozialisationsprozess zurückzuführen, bei dem der DurchschnittsamerikanerIn bzw. dem Durchschnittsamerikaner ein ideologisch kulturelles Glaubensgerüst vermittelt wird, das mit der Herausbildung der Konsumkultur jedoch als solches in sich unvereinbar geworden war; Chenoweth unterscheidet dabei verschiedene traditionelle Richtlinien, die von politischen, wirtschaftlichen und religiösen "Führern" als Lebensphilosophien für den einzelnen Menschen im Namen und zum Wohle der Gemeinschaft in den USA tradiert werden:<sup>195</sup>

Since philosophies of life are often promulgated by ideologies seeking to motivate people, the average citizen may be manipulated. And because guilt often prevents Americans from discarding their beliefs, they may enhance their stress by resorting to psychological defense mechanisms to retain dysfunctional values.<sup>196</sup>

---

<sup>190</sup> Ebda zur symbiotischen Verbindung, die die Werbung mit den Massenmedien eingegangen war.

<sup>191</sup> Nye, 185.

<sup>192</sup> Laurence Chenoweth, *The American Dream of Success* (North Scituate: Duxbury Press, 1974): Das Buch war mir eine wertvolle Grundlage für die Ausführungen zur Etablierung der Konsumideologie in der amerikanischen Psyche.

<sup>193</sup> Vgl. hierzu Arthurs Miller beklemmendes Drama *Death of a Salesman* (New York: Penguin Classics, 1949) über die "tragedy of the common man"; über die Illusion des amerikanischen Traums und die Unmöglichkeit, diesen in einem zunehmend anonymen, bürokratischen und konsumorientierten Amerika zu verwirklichen: Der 60-jährige Handlungsreisende Willy Loman trägt diese Illusion, dass jede und jeder, und damit auch er als Handelsreisender, es zur Nr. Eins bringen kann, bestärkt durch das Vorbild und Ideals seines verstorbenen Bruders Ben "The man knew what he wanted and went out and got it! Walked into a jungle, and comes out, the age of twenty-one, and he's rich!" (32) in seine eigene Familie hinein und verliert sich darin. Lomans Flucht in den amerikanischen Konsumtraum, den er seinen Söhnen von klein auf vermittelt (und für den ihn sein ältester Sohn Biff in einem Moment der Desillusionierung zu hassen beginnt) ist ein gutes Beispiel für den gesellschaftlichen Wandel im Amerika des 20. Jh.s. Loman kann seine Familie nicht mit neuen Konsumgütern versorgen, weswegen er sich in seiner Existenz fremd und vergänglich zu fühlen beginnt: "I still feel – kind of temporary of myself" (40). Was Arthur Millers Drama bereits vorwegnimmt, ist das menschliche Ringen um die eigene Identität in einer zunehmend konsumorientierten Gesellschaft, wo die Einzelnen den amerikanischen Traum träumen und sich dabei selbst ständig täuschen.

<sup>194</sup> Chenoweth, 2.

<sup>195</sup> Ebda., 3.

<sup>196</sup> Ebda., 5.



So verkörpert der *American Dream* (oder amerikanische Traum) ein ideologisches Glaubens- und Wertegerüst, das in den Vorstellungen der Gleichheit von Möglichkeiten, von Leistung, Erfolg, Streben, harter Arbeit und sozialem Aufstieg begründet ist und sich in einem "guten Leben" in der amerikanischen Gesellschaft ausdrückt.<sup>197</sup> Das puritanische Ideal des individuellen Einsatzes und der damit verbundenen Verbesserung ist seine Grundlage und hält die amerikanische Gesellschaft als Nation zusammen. Der mythische Glaube an den (sozialen) Erfolg, die Erfolgsgläubigkeit, basiere somit auf der Vision einer Welt des individuellen Wettbewerbs, in der alle Einzelnen in der amerikanischen Bevölkerung das Potenzial besitzen würden, alle auftretenden Hürden durch harte Arbeit zu überbrücken und sich Erfolg und Wohlstand mit Fleiß zu erarbeiten sowie Einfluss im Leben zu gewinnen.<sup>198</sup> Diese Vision des amerikanischen Traums im Spannungsfeld der folgenden zwei Lebensphilosophien würde bis Mitte des 20. Jahrhunderts jedoch verschiedene Formen der Verwirklichung (vom puritanischen Ideal zum *selfmade man*) annehmen; wobei die Grundlagen für ein "besseres" Leben jedoch dieselben blieben: Die Menschen in den USA wollten sich nach Chenoweth verbessern und suchten Erfolg – für sich, aber immer in die Gesellschaft eingebunden und zum Wohle derselben. So wurden dem oben erwähnten materiellen Erfolg und Wettbewerbsdenken mit der moralischen und humanistischen Lebensphilosophie geschwisterliche Liebe und Frieden auf der Grundlage von Zusammenarbeit gegenübergestellt. Eine moralische (puritanische) Gesinnung verlangte, dass das individuelle Verhalten religiösen Regeln folgte und danach beurteilt wurde. Ein Streben nach materiellen Gütern war für ihre konservativen PredigerInnen deshalb sündhaft, gleich wie soziale Probleme der individuellen Schuld zugeschrieben wurden. Der einzelne Mensch jedoch war aufgefordert, sich für die Gesellschaft zu engagieren, wobei die Lösung nationaler Probleme Gott überlassen wurde.<sup>199</sup> Eine humanistische Denkweise wiederum gründete auf dem Ideal, dass der Mensch zur Nächstenliebe fähig sei und wurde von liberal-religiösen und weltlichen "Führern" gepredigt. Ein auf materielle Güter ausgerichtetes Leben wurde zwar als unbefriedigend angesehen, aber nicht als unmoralisch. Deswegen waren die Menschen aufgefordert, aus Liebe und nicht aus Schuldgefühl zu handeln. Toleranz und individuelle Meinungsfreiheit galten als Grundpfeiler im Einsatz politischer Reformen und sollten helfen, soziale Ungerechtigkeiten zu beseitigen. Diese beiden letzten Lebensphilosophien sollten laut Chenoweth der amerikanischen Gesellschaft bei der Ausgestaltung verschiedener politischer Reformprogramme dienen. Sie halfen dem Einzelnen, sich in der amerikanischen Gesellschaft zu orientieren, seinen Erfolg und seine Bedeutung als Einzelner im Ganzen zu (er-)messen. Die Ansicht von der eigenen Macht bzw. Ohnmacht hing demnach davon ab, wie sehr der Einzelne daran glaubte, dass er an der Gesellschaft teilhaben bzw. seinen amerikanischen Traum darin verwirklichen konnte.<sup>200</sup> Mit den 1950er-Jahren machte sich nach Chenoweth eine weitere Lebensphilosophie breit, die mit der Entwicklung des Konsums verbunden war – die hedonistische Konsumethik. Diese ermutigte die AmerikanerInnen, ihr Glück mehr denn je in der Gegenwart zu suchen; das hieß, nach der Arbeit die Freizeit zu genießen, sich zu amüsieren und materielle Güter zu konsumieren. Mittels dieser ersten beiden Lebensphilosophien wurde der materielle Wohlstand in der amerikanischen Gesellschaft durchaus vergrößert, wobei die hedonistische Konsumethik zunehmend ein Ventil für Frustrationen bot: Denn diese Lebensphilosophie bot mit dem Kauf eines Produktes und des darin

---

<sup>197</sup> Bruce Kuhre, "The American Dream in Crisis," *Constructing the Eighties: Versions of an American Decade*, Eds. Walter Grünzweig, Roberta Maierhofer, and Adi Wimmer (Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1992) 33–49. Vgl. auch Peter Freese, "The American Dream and the American Nightmare: General Aspects and Literary Examples," *American Popular Culture*, Hg. Hans-Jürgen Diller (Heidelberg: Winter, 1985) 7–39.

<sup>198</sup> Chenoweth, 3–5.

<sup>199</sup> Ebda., 4.

<sup>200</sup> Ebda.

implizierten und propagierten Verkaufsversprechens eine “schnelle” Befriedigung und Lösung eines Problems. Das sollte sich allerdings als propagierte Illusion und Triebfeder des Konsumzyklus erweisen.<sup>201</sup>

Im amerikanischen Sozialisationsprozess würden also der amerikanische Traum vom Erfolg und eine hedonistische Konsumethik das amerikanische Volk zum individuellen Produzieren und Konsumieren anregen, während das zweite Glaubensgerüst – die moralistische und humanistische Lebensphilosophie – diesem bei seiner Identitätssuche helfen sollte.<sup>202</sup> Gleichzeitig zielte jede dieser kulturellen Richtlinien auf die Erfüllung von im Grunde genommen miteinander im Widerspruch stehenden Wünschen wie Geld, Vergnügen, Geistigkeit und Menschlichkeit; ein Vereinen der unterschiedlichen Richtlinien miteinander oder ein Sich-Anpassen an die verschiedenen Verhaltensmuster würde also immer innere Konflikte auslösen und laut Chenoweth grundsätzlich zu mehr Frustration führen.<sup>203</sup>

This dissatisfaction stems from and is made more acute by the discrepancies between the promises of our culture and the realities of our nation. We believe that the individual in America is important, yet we feel insignificant. We assume that the individual can control his life in a democratic society, yet we feel unable to influence our political and economic institutions. We have been promised that America is the best nation in which happiness can be pursued, and yet our increasingly frantic search for pleasure reveals the stress, which Americans experience. As our tension increases, we look for peace of mind only to become more restive and violent.<sup>204</sup>

Im persönlichen Leben schien die hedonistische Konsumethik am leichtesten eine Stressbewältigung bzw. eine Flucht aus der Frustration des modernen Lebens zu bieten: Sie versprach mit dem Konsum eines Produktes Genuss, Befriedigung und Glück und damit Selbsterfüllung. Das würde das Befolgen einer solchen Lebensphilosophie reizvoller machen als die Erfolgsethik, die auf harter Arbeit und emotionaler Repression beruhte.<sup>205</sup> Zudem wurden die AmerikanerInnen seit den 1950er-Jahren auch von ihrer Umwelt – wie Regierung, Wirtschaft und Massenmedien – auf diesem Weg bestärkt. Damit begann sich die Einzelne bzw. der Einzelne in der amerikanischen Gesellschaft auf ihrer bzw. seiner Suche nach einem befriedigenderen Leben immer mehr an Äußerlichkeiten zu orientieren und sich dabei mehr und mehr als “Teil von Konsumgesellschaften” – deren soziale Welt mittels Werbung kreiert wird – zu verstehen, zu der sie oder er mittels “Konsum” des “richtigen” Produktes Zugang haben würden.<sup>206</sup>

[...] advertisers of nationally branded products constantly told their constituents that by buying a product they could join a special group, and millions of Americans were eager to join. These consumption communities, even while they became ever more significant in the daily life of the nation, were milder, less exclusive, and less serious than [...] early New England Puritan village [...] communities. Instead of the intensity of such a religious community, ‘Americans led more attenuated lives.’<sup>207</sup>

Die AmerikanerInnen begannen sich von ihrer unmittelbaren lokalen Umgebung zu lösen, in größere konsumgeprägte Kontexte einzutauchen und sich dabei an den nun vom Markt definierten, abstrakten Werten zu orientieren.<sup>208</sup> In der Folge begannen materielle Güter grundsätzlich über den Wert bzw. Selbstwert des einzelnen Menschen und seinen Erfolg zu entscheiden.<sup>209</sup> Gleichzeitig wurden die LeserInnen

---

<sup>201</sup> Vgl. hierzu ebda., 56–62.

<sup>202</sup> Ebda., 3 f.

<sup>203</sup> Ebda., 4 f.

<sup>204</sup> Chenoweth, VII ff. für die weiteren Ausführungen.

<sup>205</sup> Vgl. ebda., 56–62.

<sup>206</sup> Vgl. Nye, 176 f.

<sup>207</sup> Ebda., 177.

<sup>208</sup> Ebda.

<sup>209</sup> Vgl. Mamiya, 17.

bzw. ZuseherInnen mittels Werbung auch über “richtige” Verhaltensmuster in der neuen Gesellschaft informiert, weswegen dieser neuen Orientierungshilfe allmählich dieselbe soziale (Kontroll-)Funktion übertragen wurde, die bis dahin Familie, Kirche oder Schule innehatte.<sup>210</sup> Neben dem traditionellen sozialen Gefüge – zusammengehalten von der protestantischen Ethik mit ihrer Gewichtung auf harter Arbeit und Opferbereitschaft, Bürgerpflicht und strengen Moralvorstellungen – war mit der unpersönlichen und hierarchischen Unternehmensstruktur also die Ethik des Konsumierens legitimiert worden.<sup>211</sup>

Entwicklung und Erfolg der Konsumideologie hängen jedoch gemäß den Ausführungen des amerikanischen Journalisten und Konsumkritikers Vance Packard in *The Hidden Persuaders* auch erheblich mit der Entstehung der Markt- bzw. Motivationsforschung in den 1950er-Jahren zusammen, bei der das demografische Profil der Konsumentin bzw. des Konsumenten bei der Bewerbung von Produkten und Dienstleistungen vorherrschend war und ist, deren psychologische Erkenntnisse später für die Unternehmen unentbehrlich werden würden.<sup>212</sup> Die Grundlage für das Verhalten des Menschen in seiner Rolle als KonsumentIn jedoch war und bleibt laut den Sozialwissenschaftlern Yiannis Gabriel und Tim Lang, die sich in dem bereits erwähnten Buch *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and Its Fragmentation* mit der “Psychologie der Wahl (der Konsumentin bzw. des Konsumenten)” auseinandersetzen, die individuelle Motivation:<sup>213</sup>

Psychology started the century with such promise – the unlocking of human motivation, no less – and ended a servant to mass consumer enterprises. [...] *Motivation* applied to the individual as producer or consumer, became the key to constraining, guiding and controlling choice. Psychologists became merchandisers of meaning.<sup>214</sup>

Es ging nun also um die bewusste Kanalisierung und Steuerung der Motivation zugunsten einer Kaufentscheidung. Mit dieser konkreten Zielsetzung der Werbung – “Einstellungen im Publikum zu fördern, die zu bestimmten Konsumententscheidungen führen”<sup>215</sup> – sollten seit den 1950ern Produktwettbewerb und Absatzförderung ausschließlich über das spezifische “Wecken” und nicht mehr “Decken” von Bedürfnissen stattfinden.<sup>216</sup> Und ein Wecken dieser “individuellen” Bedürfnisse funktioniert seither über das Werbeversprechen, das auf dem psychologischen Zustand der ewigen Sehnsucht – dem Begehren – gründet und die Konsumentinnen und Konsumenten im Konsumzyklus der Gegenwart festhält.<sup>217</sup> Der poststrukturalistische französische Psychoanalytiker Jacques Lacan verglich die Ideologie des Konsumismus mit der Ideologie einer Liebesgeschichte, deren Narrativ um eine Suche konstruiert ist: Die “Liebe” sei dabei die Lösung für alle Probleme, sie allein erfülle uns und mache uns ganz. Gleich wie bei der Suche nach “Liebe”, impliziere das Konsumieren die Suche nach etwas Fehlendem und damit Unvollständigkeit.<sup>218</sup> Laut Lacan stellt in beiden Ideologien der Körper der Mutter das Fehlende dar<sup>219</sup>, welches damit auch das verbindende Element im Menschen in seiner Rolle als KonsumentIn sein würde. Der Schritt vom

---

<sup>210</sup> Vgl. Bell, 68 f.

<sup>211</sup> Vgl. Mamiya, 112 f.

<sup>212</sup> Vance Packard, *The Hidden Persuaders* (New York: Pocket Books, 1958): Das Buch gilt als Standardwerk für Werbefachleute und für die Motivationsforschung und belegt mit vielen Beispielen aus dem amerikanischen Alltagsleben repräsentativ die Vielfalt an Motiven für den Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung sowie deren kreative Ummünzung in ein Werbeversprechen durch die Werbeindustrie.

<sup>213</sup> Gabriel and Lang, 33 ff.

<sup>214</sup> Zitiert nach Burkard Sievers in ebda., 33.

<sup>215</sup> *Werbung*, Hg. Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien (Wien: Rezegh, 1990) 1.

<sup>216</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 16 f.

<sup>217</sup> Day, 5.

<sup>218</sup> Für eine genauere Auseinandersetzung siehe Terry Eagleton, *Einführung in die Literaturtheorie*, Sammlung Metzler 246 (Stuttgart: J. B. Metzler, 1994) 138–86.

<sup>219</sup> Lacan in *Eagleton*, 156 f.

“Imaginären” zum “Symbolischen” beim Kind ist der Schritt von der “ganzen” Welt im Körper der Mutter zur “leeren” Welt der Sprache und des Selbstseins. Dieser “ödipale” Übergang wird für das Kind als Verlust empfunden. Ein Verlust, den das Kind/der Mensch ein ganzes Leben lang – erfolglos – mit Ersatzobjekten zu decken versucht. Diese “potentiell unendliche Bewegung” bezeichnet Lacan als Begehren, denn “alles Begehren entspringt einem Mangel, den es kontinuierlich zu stillen sucht.”<sup>220</sup> Die Ideologie des Konsumismus kann daher als “metonymische Wunschbewegung”, aber auch als Ersatzstrategie dieser unendlichen Suche gesehen werden.<sup>221</sup> Lacan sollte damit die psychoanalytische Erklärung für die Entwicklung und weitere Ausprägung einer Konsumkultur liefern.<sup>222</sup> Das Verkaufsversprechen eines Produktes impliziert also, wie bei der “Suche nach Liebe”, die Lösung aller Probleme; dass wir mittels Konsumierens wieder “ganz” werden und in den glücklichen Status des Imaginären zurückkehren.<sup>223</sup> Insofern scheint also die Werbung durch ein wiederholtes Versprechen der Selbsterfüllung beim Kauf des Produktes Stabilität im Leben zu bieten. Der Annahme von Stabilität jedoch widerspricht die kontinuierlich erfahrene Frustration des Versprechens selbst. Die Werbung wirkt daher grundsätzlich destabilisierend; was jedoch die Stabilität in dieser Sucht-(Kauf)beziehung ausmacht, ist der Glaube an das Werbeversprechen. Letzteres wiederum liegt in den Motivationen und Bedürfnissen, die uns Menschen antreiben, begründet, aber auch darin, wie unsere Sinne angesprochen werden und das sollte nun zum Forschungsgegenstand werden:

[This] type of research seeks to learn what motivates people in making choices. It employs techniques designed to reach the unconscious or subconscious mind because preferences generally are determined by factors of which the individual is not conscious. [...] Actually in the buying situation the consumer generally acts emotionally and compulsively, unconsciously reacting to the images and designs, which in the subconscious are associated with the product.<sup>224</sup>

Mit dem neuen Instrument der Markt- und Motivationsforschung konnten Werbeleute nun konkret Ängste und Wünsche der amerikanischen Gesellschaft ansprechen und mit dem Kauf ihres Produktes eine Lösung für jedes Problem versprechen.<sup>225</sup> Die Triebkraft permanenten Konsumierens war von da an das kanalisierte Werbeversprechen, das mit dem Kauf eines Produktes automatisch die Teilhabe des Einzelnen an einem ‘good American Way of Life’ versprach.<sup>226</sup> Mit dem Produktkauf oder der Inanspruchnahme der Dienstleistung wird von den Konsumentinnen und Konsumenten also immer das spezifische Versprechen – die Illusion – mitgekauft, wobei die reale Erfüllung desselben ausbleibt. Die schnelle, für alle AmerikanerInnen potenziell mögliche und kulturell erstrebenswerte Teilhabe an einem ‘good American Way of Life’ sollte damit unerreicht und kontinuierlich unerfüllt bleiben. Das führt(e) beim einzelnen Menschen nicht nur zu einem Zustand andauernder Frustration, sondern verbannt(e) diesen zugleich in einen ‘eternal present of desire’<sup>227</sup> – in einen ewigen Wunschzustand; einen Wunschzustand, der wiederum Ursache und Triebkraft des Konsumierens darstellt und den Menschen im Konsumzyklus festhält.

<sup>220</sup> Ebda.

<sup>221</sup> Storey (1996), 115.

<sup>222</sup> Siehe hierzu weiter Jacques-Alain Miller, *The Seminar of Jacques Lacan, Book XI: The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis* (New York: Norton & Company, 1998).

<sup>223</sup> Vgl. Storey (1996), 115.

<sup>224</sup> Nach den Erkenntnissen von Louis Cheskin, Begründer des Color Research Institute of America in Chicago und Marketing-Pionier in Packard, 5. Cheskins Ansatz war erstmals kundenorientiert, ging von der Wirkung des Designs auf die Kaufentscheidung ein und sollte zur Grundlage für das spätere “image advertising” und die Entwicklung der sog. Brands (Marken) werden.

<sup>225</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 17.

<sup>226</sup> Ebda. Siehe auch Sigmund Freud, *Einführung in die Psychoanalyse* (Frankfurt a/M: Fischer, 1997). Freud traf bereits 1915 die Feststellung, dass das “Leitmotiv der menschlichen Gesellschaft letzten Endes ein ökonomisches (ist)”.

<sup>227</sup> Day, 5.

Ende der 1950er-Jahre, als die Konsumentinnen und Konsumenten von Produkten, die gleich oder ähnlich waren oder dasselbe versprachen, übersättigt waren, sollte die Konsumentenforschung neue Werbestrategien für den Produktabsatz bieten und mit den 1960er-Jahren die Ära des 'image advertising' einleiten: "Image advertising tries to indirectly persuade consumers to use products or services by creating awareness and presenting a user image or brand image that will appear to the target audience."<sup>228</sup> Wurde bis dahin ein Produkt – wie zum Beispiel ein Auto von Ford – noch klar mit dem Unternehmen identifiziert, so förderte die Produktdiversifikation in den verschiedenen Lebensbereichen – wie zum Beispiel Autos für eine stark (finanziell) differenzierte Klientel bei General Motors – ab Mitte der 1940er-Jahre den Glauben, dass der Kauf eines Produktes auch ein gewisses Image verlieh: wie der Konsum von Coca Cola, das zum Synonym für eine genussüchtige Nachkriegsjugend wurde, oder aber der Konsum von Marlboro-Zigaretten, die mit dem an einen Westernhelden angelehnten 'Marlboro Man' bis heute den Mythos des amerikanischen Einzelkämpfers tradieren. Mit dieser Entwicklung begann sich in den Werbekampagnen, so der Werbefachmann Sal Randazzo in seinem Buch *Mythmaking at Madison Avenue*, auch ein US-amerikanisches Spezifikum herauszubilden: Die Betonung und Darstellung des individuellen Gebrauchs bei der Bewerbung der Produkte und Dienstleistungen – ein Umstand, der wiederum die Aufrechterhaltung des Mythos vom amerikanischen Traum und individuellen Erfolg zur Grundlage hat.<sup>229</sup>

Die Suche nach Selbstbestätigung und einer eigenen Identität und damit nach einem befriedigenderen Leben in der amerikanischen Gesellschaft sollte also die Quelle der Konsumideologie sein, worin die "Werbung" das Ethos der Selbsterfüllung propagierte:

Advertising provided an environment replete with ads that, as social material informs behaviour patterns, served to encourage self-fulfillment through consumption. Because this strategy justified and affirmed the authority of corporate culture, advertising played a critical role in perpetuating the mechanisms and ideology of consumption.<sup>230</sup>

Neben der Werbung, den verschiedenen Massenmedien und den Selbsthilfeangeboten galt auch Hollywood als Mythenschmiede in der amerikanischen Konsumkultur und war von Anfang an für das Amerika-Image im In- und Ausland verantwortlich: "Hollywood is in the business of mythmaking, and so is Madison Avenue."<sup>231</sup> Vor allem aber sollte die Hollywood-Industrie und ihr Berühmtheitssystem seit den 1950ern zum Spiegel gesellschaftlicher Instabilität werden: SchauspielerInnen und SängerInnen wurden mittels massenmedialer Vermarktung zu Idealen hochstilisiert und dem gemeinen Menschen zum (öffentlichen) Konsum dargeboten. Die amerikanische Bevölkerung nahm alles an, was Hollywood als Traumfabrik fabrizierte: Ihre Filme boten Erlösung und Flucht aus dem befremdenden Alltag, und "Tinseltown", wie Hollywood bezeichnenderweise genannt wurde, projizierte ein Image von Glitzer, Glamour und Exzessen, was wiederum Ausdruck eines extravaganten konsumorientierten Lebensstils war.<sup>232</sup> Hollywood verkörperte

<sup>228</sup> Sal Randazzo, *Mythmaking on Madison Avenue* (Chicago: Probus, 1993) 211 als Grundlage für meine weiteren Ausführungen. Siehe auch den Eintrag zu MADISON AVENUE in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>229</sup> Vgl. ebda., 6–10.

<sup>230</sup> Mamiya, 19.

<sup>231</sup> Randazzo, 1.

<sup>232</sup> Vgl. Mamiya, 98 f., 107. Vgl. Hortense Powdermaker, *Hollywood, the Dream Factory: An Anthropologist's Looks at the Movie-Makers* (Boston: Little, Brown & Co., 1950): Während ihrer Zeit als Gastprofessorin an der UCLA in Los Angeles, Kalifornien, machte die Anthropologin 1946–47 Hollywood erstmals zu ihrem Forschungsobjekt und schrieb über die Mechanismen von Hollywood ein bis heute beachtliches investigatives Standardwerk.

das Ideal des 'good American Way of Life'<sup>233</sup>, an dem alle teilhaben wollten, und mittels massenmedialem Konsum auch konnten und vor allem aber sollten: "Americans came to believe that self-fulfillment was a necessary and admirable goal in an increasingly impersonal society and that participation in the process of consumption would lead to such self-realization."<sup>234</sup> Eine solche Ausrichtung war durch die Regierung, welche die Dringlichkeit des Konsumierens mit nationalen und wirtschaftlichen Interessen verband, durch die Wirtschaft und durch die Massenmedien auch immer wieder bekräftigt worden:<sup>235</sup> So wurde durch Eisenhower das Konsumieren als Ausdruck des 'American Way of Life' erstmals mit einem nationalen Interesse legitimiert, während Kennedy das Konsumieren mit einem 'good American Way of Life' und patriotischen wie militärischen Interessen gleichsetzte und das Keynesche Wirtschaftsprogramm dabei als Mittel zur Finanzierung seiner "Kriegsführung" einsetzen sollte.<sup>236</sup>

Mit der Entwicklung einer (auf Verschleiß ausgerichteten) Konsum- und Unterhaltungsindustrie prognostizierte der deutsch-amerikanische Philosoph und Kulturkritiker der 1960er-Jahre Herbert Marcuse auch eine manipulative Veränderung der Gesellschaft: So würde die amerikanische Gesellschaft gerade über dieses Versprechen eines 'good American Way of Life' langsam, aber stetig zu einer unkritischen und oberflächlichen – sprich eindimensionalen – Gesellschaft "abgerichtet" werden:

[. . .] the irresistible output of the entertainment and information industry carry with them prescribed attitudes and habits, certain intellectual and emotional reactions which bind the consumers more or less pleasantly to the producers and, through the latter, to the whole. The products indoctrinate and manipulate; they promote a false consciousness which is immune against its falsehood. [. . .] it becomes a way of life. It is a good way of life – much better than before – and as a good way of life, it militates against qualitative change. Thus emerges a pattern of *one-dimensional thought and behavior* in which ideas, aspirations, and objectives that, by their content, transcend the established universe of discourse and actions are either repelled or reduced to terms of this universe.<sup>237</sup>

Und gerade diese propagierte Unternehmensstrategie des geplanten Verschleißes sollte zusammen mit einer wahren Werbeüberflutung im amerikanischen Alltag seit den 1960er-Jahren in der amerikanischen Gesellschaft auch mehr und mehr Unzufriedenheit, ein negatives Aggressionspotenzial provozieren.<sup>238</sup> Die Sucht nach einem 'guten Leben', welches immer mehr mit dem Besitz von materiellen Gütern gleichgesetzt wurde, würde dabei ständig an die eigene Machtlosigkeit erinnern: "Keeping up with the Joneses became an obsession for many, and [. . .] consumption (in particular conspicuous consumption) took on the overtones of a national religion."<sup>239</sup> Der Ausspruch "Keeping up with the Joneses" gründete wiederum auf den in den 1970er-Jahren wieder entdeckten Wirtschaftstheorien von Adam Smith, wonach ein "Laissez faire, Laissez

<sup>233</sup> Herbert Marcuse, *One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society* (London: Sphere, 1968) 26 f.

<sup>234</sup> Mamiya, 112.

<sup>235</sup> Ebda., 114 f.

<sup>236</sup> Vgl. Horowitz, 222. Als Verfechter der Neuen Linken in den 1960er-Jahren hatte sich Horowitz in den 1980er-Jahren zum konservativen Denker und Autor entwickelt und vormals aufgezeigt, dass Kennedy die Keynesche Lösung für ein depressionsgebundenes bzw. von Stagnation geprägtes Wirtschaftssystem weniger zum Ausbau des Sozialstaates verwendete, sondern zur Finanzierung und Legitimierung von Kriegsinteressen durch ein verstärktes Engagement in Hochtechnologie beispielsweise. Vgl. auch Joachim Hirsch und Roland Roth zum wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Umbruch von einer "Welfare"- zu einer "Warfare"-Ökonomie, 122–28.

<sup>237</sup> Marcuse, *One-Dimensional Man*, 12.

<sup>238</sup> Vgl. hierzu Herbert Marcuse, "Aggressiveness in Advanced Industrial Society," in *Negations: Essays in Critical Theory*, ed. Herbert Marcuse (Boston: Beacon Press, 1968) 248–68.

<sup>239</sup> Vgl. Mamiya, 3.

passer“ der Wirtschaftskräfte zu einer natürlichen Harmonie des wirtschaftlichen und sozialen Lebens führen würde und in der Folge einen ungehemmten Wirtschaftsliberalismus legitimierte.<sup>240</sup>

In der in den 1980er-Jahren erfolgten ‘Reaganschen Revolution’ sollte eine ganze Nation zu einer politisch und kulturell legitimierten Wegwerfgesellschaft erzogen werden, in der die amerikanischen BürgerInnen zu Konsumentinnen und Konsumenten degradiert sind und das Konsumieren zur nationalen Religion erhoben ist, wie der US-amerikanische Literatur- und Kulturwissenschaftler Evan Watkins in seinem Buch *Throwaways: Work Culture and Consumer Education* eindrucksvoll darlegte:<sup>241</sup> So sind in der politischen Kultur des *Reaganism* der amerikanische Mythos von einem ‘good American life’ mit ‘Hyperkonsum’ rhetorisch gleichgesetzt und alte moralische (puritanische) Bedenken gegenüber dem Konsumieren eliminiert worden.<sup>242</sup> Mit dem *Reaganism* ist – wie in Großbritannien unter Margaret Thatcher – wachsender persönlicher Wohlstand rhetorisch geschickt mit politischer und kultureller Freiheit gleichgesetzt worden:

Thatcherism’s [Reaganism’s] orchestration of consumption has been adept at channelling perceptions of growing personal prosperity into its own political discourse equating the ring of tinkling cash registers with political and cultural freedoms.<sup>243</sup>

Im Unterschied zu den ersten beiden Wellen des Konsumismus jedoch stellte das Konsumieren unter dem 40. Präsidenten in der US-amerikanischen Geschichte, Ronald Reagan, *das* nationale Ziel der Selbsterfüllung dar und funktionierte darin als Ausdruck individueller Freiheit und des Rechts auf eine Wahl. Reagans Rhetorik zielte dabei nicht auf den Menschen als ‘soziales Individuum’, sondern auf ihn als ‘amerikanische Konsumentin’ bzw. ‘amerikanischen Konsumenten’ ab, der bzw. dem er die Anliegen (Wünsche), Ängste und Projekte Amerikas und damit die der amerikanischen Regierung einfach und vor allem anschaulich zu vermitteln wusste.<sup>244</sup> Diese Feststellung kann mit Reagans nachhaltiger Popularität und seinem Ruf als ‘Great Communicator’<sup>245</sup> belegt werden, aber auch mit der seitdem wirtschaftlich bestimmten und rein konsumorientierten (amerikanischen) Gesellschaftspolitik. Reagans Rhetorik forcierte also die Anschauung,

---

<sup>240</sup> *Deutsche Buch Gemeinschaft, Das DBG Lexikon*, Bd. III (Frankfurt a/M: Ullstein, 1963) 488 und Bodo Harenberg, Hg., *Chronik der Weltgeschichte* (Dortmund: Chronik, 1984) 614, 587. Im wirtschaftswissenschaftlichen Hauptwerk *Eine Untersuchung über Natur und Ursachen des Volkswohlstandes* 1776 setzte sich der schottische Volkswirtschaftler und Moralphilosoph Adam Smith (\* 1723, † 1790) mit dem Wesen und den Ursachen des Volkswohlstandes und des ökonomischen Handelns auf der Basis von Angebot und Nachfrage auseinander. Für Smith war der bewegende Motor jeder Wirtschaft der Erwerbsegoismus, weswegen er die regulierende Einmischung des Staates ablehnte und die Arbeitsteilung sowie das Wesen der Konkurrenz befürwortete. Smiths Hauptwerk gilt als Plädoyer für “ein freies Spiel der ökonomischen Kräfte, durch das sowohl die Wohlfahrt des Einzelnen als auch die der Gemeinschaft am besten gewährleistet werden sollten” (Harenberg, *CdW*, 576). Smiths Theorien lieferten der ersten, aus der Industriellen Revolution hervorgegangenen, innovationswilligen Unternehmerschicht in Großbritannien die ideologische Rechtfertigung für das neue Wirtschaftsethos ab 1850. 120 Jahre später – in den 1970ern – ist das Interesse für Smith wiederaufgeflammt und drängte Keynes zugunsten eines Neo-Konservatismus zurück.

<sup>241</sup> Evan Watkins, *Throwaways: Work Culture and Consumer Education* (Stanford: Stanford UP, 1993). Watkins innovative Auseinandersetzung darüber, wie eine ideologisch gefärbte politische Rhetorik (Watkins schafft hierfür den Begriff der “technoideologischen Chiffrierung”) den Umbruch einer ganzen Nation in eine Wegwerfgesellschaft forcieren und implementieren kann, stellte eine wesentliche und wertvolle Grundlage für meine Auseinandersetzung mit der Ideologie des “Hyperkonsumismus” dar. Siehe auch den Eintrag zu REAGAN, RONALD in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>242</sup> Diese Entwicklung sollte tiefgehende psychologische Folgen haben, wie Robert Bly in *Die kindliche Gesellschaft: über die Weigerung, erwachsen zu werden* (München: Kindler, 1997) zu belegen versuchte: “Die Unterschiede zwischen Erwachsenen und Kindern” seien im Schwinden begriffen; auf Heranwachsende habe sich der Konsumkapitalismus in fehlendem “politischem Bewusstsein und sozialem Engagement” sowie in einer fehlenden “Auseinandersetzung mit den eigenen kulturellen Wurzeln” ausgewirkt; gleichzeitig jedoch habe sich das Lebensinteresse auf “schnellen Erfolg, Geld, Spaß und Entertainment” verschoben.

<sup>243</sup> Zitiert nach Frank Mort, 163, in Watkins, 6.

<sup>244</sup> Siehe Frederick J. Ryan, Jr., ed., *Ronald Reagan: The Wisdom and Humor of the Great Communicator* (San Francisco: Collins, 1995)

<sup>245</sup> Ebd.

dass das Konsumieren als Ausdruck des Privatinteresses zugleich ein öffentliches Interesse sei. Das Konsumieren in den 1980er-Jahren sollte sich im Nachhinein als ideologisches Mittel zur Legitimierung einer weiteren spätkapitalistischen Expansion auf der Basis sozialdarwinistischer Anschauung herausstellen. Mit einem – zum Feind des amerikanischen Volkes – abgestempelten Staat wurde dessen Einflussnahme auf das Privatleben der AmerikanerInnen erstmals öffentlich missbilligt, gleichzeitig aber mit einer “technoideologisch chiffrierten”<sup>246</sup> und angebotsorientierten Regierungspolitik ein ungehemmter Wirtschaftsliberalismus forciert und darin sozialer Erfolg popularisiert.

Unter dem Präsidenten Reagan wurden die Amerikanerinnen und Amerikaner erstmals von der politischen Rhetorik öffentlich und unerbittlich für ihren Wohlstand und damit sozialen Erfolg bzw. Misserfolg selbstverantwortlich gemacht. In dem grundlegenden wirtschaftlichen Umstrukturierungsprozess in den 1980ern stand der einzelne Mensch in der amerikanischen Bevölkerung somit unter enormem Zugzwang, (sozialen) Erfolg zu haben. Letzterer sollte sich ganz nach dem von der Regierung propagierten und vom dominierenden politischen und kulturellen Konservatismus gestützten Leitbild im ‘Hyperkonsumieren’ manifestieren. In der prekären Wirtschaftssituation Ende der 1970er-/Anfang der 1980er-Jahre sollte die Reagansche Regierungspolitik letzten Endes zur Demontage der breiten Mittelschicht zugunsten eines multinationalen Großunternehmenskapitalismus mit wenigen reichen Unternehmen führen;<sup>247</sup> gleichzeitig aber auch die Verarmung unterschiedlicher, vor allem aber sozial schwächerer oder benachteiligter Bevölkerungsschichten fördern und dabei insbesondere eine “feminization of poverty”<sup>248</sup> bewirken. Abgesehen davon sollte die politische Kultur des *Reaganism* mit ihrer Wegwerf-Ideologie von Innovation und Verschleiß – wonach auch Lebensbeziehungen organisiert würden – in der heterogenen amerikanischen Sozial- und Bevölkerungsstruktur nicht solidarisierend, sondern nach Watkins zutiefst destabilisierend und diskriminierend wirken.<sup>249</sup>

Reaganism made a farce of the promise of ‘new times’ and new possibilities, seized the occasion to exploit the rapidity of shifting formations and to institute policies that produced altogether new intensities of divisions and of hopelessness for countless numbers of people. Farce, as even so pristine an intelligence as T.S. Eliot’s could recognize, is vicious in its brutality. [. . .] Reaganism’s farce of new times will become a tragedy of new times without Marx’s further awareness that the point of understanding [“capitalism’s ‘rules’ for producing the division of rich and poor”] isn’t to play the rules better, but to change them altogether. [With] Reaganism’s political culture . . . its technoideologically divisions of innovation/obsolescence . . . [and its penetration and organisation of American life] . . . it will never be the case that everyone can play in the production of obsolescence.<sup>250</sup>

Wie aber war es dazu gekommen? Warum war es möglich, dass sich das amerikanische Denken so einschneidend verändert hatte? Welche Mechanismen verstecken sich dahinter? Wie ist es möglich, dass die Reagansche politische Kultur bis heute überlebt hat und in der globalen Gesellschaft weite Verbreitung findet?

---

<sup>246</sup> Über den kreierten Begriff der “technoideologischen Chiffrierung” (S. 2) zeigte Evan Watkins auf, wie sich – über die politische Ideologie und Rhetorik des *Reaganism* und über die Verwendung einer ideologisierten Sprache, deren Bezugssystem bei Veränderung und Umbrüchen erstmals nicht mehr auf der Natur und auf natürliche Veränderung gründet, sondern auf der vom Menschen geschaffenen Technologie, bei der ein neues Produkt kontinuierlich das vorhergehende ersetzt und dieses damit “obsolet” macht – eine ganze Nation als Gesellschaft verändern konnte und worin der Mensch nicht mehr als BürgerIn sondern als KonsumentIn angesprochen wird.

<sup>247</sup> Vgl. Matthew J. Bruccoli and Richard Layman, eds., *American Decades 1980–1989* (Detroit: Gale Research, 1996) IX–X.

<sup>248</sup> Vgl. Watkins, 186.

<sup>249</sup> Ebda., 47 ff.

<sup>250</sup> Ebda., 215.



## Die Ideologie des Hyperkonsumismus

Die Entwicklung einer hyperkonsumistischen Gesellschaft unter der Präsidentschaft Ronald Reagans (1981–89) konnte nur vor dem Hintergrund ungelöster gesellschaftlicher Probleme und Konflikte geschehen. Wie bereits erwähnt, hatte sich das individuelle Konsumieren zur persönlichen Wohlstandsmehrung in den 1950er-Jahren beim Ignorieren gesellschaftlicher Probleme als wirksam erwiesen. Obwohl nicht alle AmerikanerInnen vom wachsenden Wohlstand profitierten, gab es einen generellen Konsens über die amerikanischen Werte wie “Freiheit und Individualismus, freie Marktwirtschaft und ökonomischer Betätigungsfreiheit, Glaube an Aufstieg und individuelles Fortkommen”<sup>251</sup> sowie über demokratische Strukturen und damit über die Wohlstandsförderung an sich. Das amerikanische Modell der Demokratie schien also das 20. Jahrhundert zum “American century”<sup>252</sup> zu machen.

Nach 1960 jedoch sollte sich der “Kurs der Nation” dramatisch zu verändern beginnen, was mit der Infragestellung der Errungenschaften der Elterngeneration, der kulturellen Werte wie Ideale Amerikas und mit einer veränderten Bevölkerungs- und Wirtschaftsstruktur bzw. -situation zu tun hatte.<sup>253</sup> Mit dem politisch-kulturellen, liberalen Wertekonsens zerfiel auch die allgemeine Übereinstimmung über eine breite Wohlstandsförderung in den 1960er-Jahren, welche nicht zuletzt auch von (konservativer) Regierungsseite ideologisch in Frage gestellt wurde.<sup>254</sup> Der Vietnamkrieg und die Watergate-Affäre führten letztendlich zum totalen Vertrauensbruch mit dem amerikanischen Regierungssystem und damit mit der amerikanischen Vorstellung von Demokratie und Freiheit.<sup>255</sup> Die Reaktion der Mehrheit der AmerikanerInnen auf die ideologische Krisensituation in den 1970ern war die Abwendung von Politik, Reformen und liberaler Ideologie und damit ein breiter Rückzug ins Private:<sup>256</sup>

Because [the 1970s] were the crisis decade for established American political, economic, and social assumptions, it was also a decade wherein Americans [were] presented with an opportunity to construct new philosophies and adopt new symbols – and they chose the smiley face – blissful, welcoming, optimistic. The smiley face is the perfect expression of such a traumatic decade, precisely because it so resolutely denies the injuries of the time. A nation in the midst of a collective repression, profoundly shaken, and yet acting as if nothing happened – the 1970s.<sup>257</sup>

“In this present crisis, government is not the solution to our problem.”<sup>258</sup> Als Ronald Reagan bei seinem Regierungsantritt am 20. Januar 1981 eine freie Wirtschaftsentwicklung – das hieß eine von jeglichem Regierungseinfluss “befreite” Wirtschaft – zum Grundstein für einen Neubeginn in der Geschichte des

---

<sup>251</sup> Vgl. Wersich, 434.

<sup>252</sup> Vgl. Winkler, 219.

<sup>253</sup> Vgl. ebda.

<sup>254</sup> Vgl. Matthew J. Bruccoli and Richard Layman, eds., *American Decades 1970–1979* (Detroit: Gale Research, 1993) VII-VIII, 262–64.

<sup>255</sup> Vgl. ebda., *AD 70s*, 233–35.

<sup>256</sup> Vgl. ebda., *AD 70s*, VIII.

<sup>257</sup> Ebda., *AD 70s*, VII.

<sup>258</sup> Ronald Reagan, *Actor, Ideologue, Politician: The Public Speeches of Ronald Reagan*, ed. Davis W. Houck and Amos Kiewe (Westport: Greenwood, 1993) Inaugural Speech – 1981, 177.

amerikanischen Volkes machte, reagierte der neu gewählte Präsident genau auf dieses tief verunsicherte amerikanische Selbstbewusstsein.

Mit dem Problem sprach Reagan Amerikas 'economic malaise' an. Seit der Ölkrise von 1973 war die amerikanische Wirtschaft von Stagnation und Inflation geprägt und die dreißig Jahre lang andauernde Wohlstandsphase Amerikas beendet.<sup>259</sup> Der Inflationstrend hatte Ende der 1960er-Jahre mit Lyndon B. Johnson und seinem Versuch, sowohl den Vietnamkrieg als auch sein *Great Society*-Sozialprogramm zu finanzieren, begonnen. Der Ansatz seines republikanischen Nachfolgers Richard M. Nixon (1969–74), die Inflation mittels Lohn- und Preiskontrollen einzudämmen, scheiterte; die Finanzierung des Vietnamkriegs dagegen trieb die Inflation weiter hoch und bewirkte zugleich große Handelsbilanzdefizite.<sup>260</sup> Nixons außenpolitischer Kurswechsel in Richtung Entspannungspolitik mit der Sowjetunion durch Henry A. Kissinger<sup>261</sup> war eine Reaktion auf eine veränderte Weltsituation – die geopolitische Gleichstellung mit China und der Sowjetunion – und sollte auf den Grundlagen einer "Neuen Weltordnung"<sup>262</sup> erstmals eine "Weltpolitik im Dreieck"<sup>263</sup> (Washington, Moskau und Peking) initiieren. So leitete Nixon 1969 Verhandlungen über die Begrenzung nuklearstrategischer Offensivwaffen (kurz SALT: *Strategic Arms Limitation Talks*) mit der Sowjetunion ein, die sich über den Zeitraum von 10 Jahren erstreckten: Das SALT I-Interimsabkommen von 1972 sollte in der Folge zum SALT II-Abkommen von 1979 zwischen dem demokratischen Präsidenten James ("Jimmy") Earl Carter (1977–81) und dem sowjetischen Generalsekretär Leonid Breschnew führen; ein Abkommen, welches aber nie ratifiziert werden würde<sup>264</sup>: Das darin vertraglich festgelegte strategische Gleichgewicht im Kräfteverhältnis der beiden Staaten räumte der sowjetischen Seite zugunsten ihres "politischen Wohlverhaltens" anderen Staaten gegenüber ein numerisches Mehr an Raketen ein, was von konservativer amerikanischer Seite wiederum von Anfang an als "Fenster der Verwundbarkeit"<sup>265</sup> betrachtet wurde. Unter der Gefolgschaft Reagans sollte Präsident Carters "Herzstück der Entspannungspolitik", der SALT II-Vertrag von 1979, in Folge politisch diskreditiert werden und sich "das innenpolitische Klima zugunsten einer erneuten Konfrontationspolitik gegenüber der

---

<sup>259</sup> Vgl. auch Brucoli and Layman, *AD 70s*, VII f., 125–30. Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 146. Vgl. Harenberg, *CdW*, 1038 ff. und Winkler, 222 (zusammenfassend): Im Oktober 1973 verhängen sieben arabische Ölländer auf einer außerordentlichen OPEC-Konferenz einen Lieferboykott gegen die USA und die Niederlande wegen der Israelfreundlichen Haltung dieser Länder. Mit ihrer Forderung nach einem Abzug Israels aus den besetzten arabischen Gebieten wird Erdöl erstmals zur Waffe in politischen Auseinandersetzungen. Im November folgt der Beschluss, die Ölförderung um 25 % zu senken, gleichzeitig sind die Abnehmerländer von Preiserhöhungen bis um das Vierfache betroffen: Da die Erdölrechnungen in US-Dollar bezahlt werden müssen, setzt ein Run auf die US-Währung ein, der den Kurs hochtreibt und die Ölimporte noch zusätzlich verteuert. Betroffen sind die Industrieländer, noch mehr aber die Entwicklungsländer. In den USA wird – wie in den europäischen Staaten – ein umfassendes Sparprogramm mit Geschwindigkeitsbegrenzungen, Treibstoffrationierungen und weiteren reglementierenden Maßnahmen verhängt. Allerdings waren die USA vom Ölschock weniger betroffen als Europa und Japan, da sie nur 14 % ihres Öls aus den arabischen Ländern bezogen. Nichtsdestoweniger hat der Ölschock neben einer weltweiten Wirtschaftskrise ein Umdenken dahingehend bewirkt, dass es nie mehr so billiges Erdöl geben würde (wie früher) und daher alternative Energiequellen gesucht werden müssten. Neben Kohle und Erdgas wurde von da an auf Kernenergie gesetzt. Vgl. auch Eric Hobsbawm Standardwerk *The Age of Extremes: The Short Twentieth Century 1914–1991* zur Einteilung der Entwicklung der Welt (und ihrer Wohlstandsphasen) und dem darin beschriebenen Übergang von der zweiten zur dritten Epoche, von 'The Golden Age' (1950–1973) zu 'The Landslide' (1973–1991) mit Schwerpunkt USA im Kapitel "The Crisis Decades": 403–32.

<sup>260</sup> Winkler, 221: Mit dem Vietnamkrieg und der dadurch provozierten Inflation war Arbeitslosigkeit sogar kurzfristig riskiert worden, um die Inflation zu kontrollieren. Vgl. auch Brucoli and Layman, *AD 70s*, 250–52.

<sup>261</sup> Wersich, 230: "Der Sicherheitsberater und spätere Außenminister der Präsidenten Nixon und Ford" Henry A. Kissinger galt bis 1976 als "Architekt dieser Periode amerikanischer Entspannungspolitik [1969–1979]".

<sup>262</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 70s*, VII; vgl. Harenberg, *CdW*, 1031, 1035 und vgl. Wersich unter den Begriffen *Vietnam War*, *Détente* und *New World Order*.

<sup>263</sup> Wersich, 230. Vgl. weiter Wersich unter den Begriffen *Détente* und *Strategic Arms Limitation Talks* (SALT).

<sup>264</sup> Ebda., 688 f.

<sup>265</sup> Ebda. Wersich, 230: Die Sowjetunion sollte das Abkommen breiter interpretieren, sodass eine Entspannung mit den USA eine "Konfliktverschärfung in anderen Weltregionen" nicht ausschließen und "mit der sowjetisch-kubanischen Intervention in Angola 1974/75" Kissingers Politik in eine "ernste Krise" führen würde.

Sowjetunion“ verändern.<sup>266</sup> Die neue Weltordnung und die daraus resultierende Aufspaltung der Weltwirtschaft in verschiedene Handelsblöcke sowie die entstandenen Handelsbilanzdefizite der USA hatten eine neue Wirtschaftsführung nötig gemacht und 1971 zur Aufkündigung des 1944 ausgehandelten Weltwährungssystems von Bretton Woods durch Nixon geführt.<sup>267</sup> Letzteres Weltwährungssystem war auf der Annahme begründet gewesen, dass der amerikanische Unternehmenskapitalismus die beste Methode für den wirtschaftlichen Aufbau einer Weltwirtschaft nach dem Zweiten Weltkrieg darstellen würde.<sup>268</sup> Die USA kündigten nun offiziell ihre Verpflichtung jederzeit US-Dollar in Gold zu tauschen auf, deregulierten in der Folge die Weltwährungen und erhoben eine zeitweilige Gebühr von 10 % auf Importgüter<sup>269</sup>. Damit sollten sie unter anderem eine wirtschaftliche Entwicklungsdynamik entfachen, die später als “Globalisierung” bezeichnet werden würde.<sup>270</sup>

Infolge einer Reihe von sich kumulierenden Problemen jedoch (vergleichbar mit jenen der 1930er-Jahre) begann die amerikanische Wirtschaftsleistung in den 1970er-Jahren stetig zu sinken: Eine ständig sinkende Produktivität als Folge der Deindustrialisierung – das bedeutete die Stilllegung von etwa 1/3 der nationalen Industrieproduktion im “Rust Belt”<sup>271</sup> – und eine ständig steigende Inflation<sup>272</sup> blockierten das Wirtschaftswachstum: Nach ihrem Höhepunkt im Jahr 1973 begannen die Reallöhne bis Anfang der 1980er-Jahre um 18 % zu sinken, zugleich erhöhten sich die Energiekosten. Letztere trugen wiederum zu höheren Ausgleichsdefizitkosten der USA bei, da zur gleichen Zeit mehr Autos und Elektronik aus Japan und Westdeutschland importiert wurden.<sup>273</sup> Um die ausufernde Inflationsrate zu bekämpfen, begann die amerikanische Bundesbank (*Federal Reserve Board*) mit Paul Volcker an der Spitze 1979 eine Politik des knappen Geldes einzuleiten, welche bis 1982 andauern und den inflationsfreien Wirtschaftsaufschwung unter Reagan herbeiführen sollte.<sup>274</sup> Doch mit dem Scheitern des Keyneschen Wirtschaftsprogramms und dem Rückgang der Produktivität sowie der Abschaffung der Wehrpflicht hatte parallel hierzu die Arbeitslosigkeit in den 1970er-Jahren bis auf einen kurzfristigen Rückgang unter Präsident Carter sehr stark

<sup>266</sup> Vgl. ebda., 230 f.

<sup>267</sup> Vgl. ebda., 132 f.

<sup>268</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 70s*, VIII.

<sup>269</sup> Vgl. ebda.

<sup>270</sup> Vgl. Mario Candeias, “Der Neoliberalismus als neue Entwicklungsweise des Kapitalismus“ in: Michel Albert, Joachim Bischoff, Mario Candeias, *Ein neuer Akkumulationstyp? Vom Manager zum Aktionärskapitalismus*, Supplement zu Sozialismus 5/2000: 20–37.

<sup>271</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 148 ff., 303 und vgl. Wersich, 222 zur “Deindustrialisierung” (zusammenfassend): Die Schwerindustrie – verkörpert im Herzen der USA, im “Rust Belt”, war lange Zeit das Rückgrat der US-amerikanischen Wirtschaft gewesen. Die mangelnde Investitionsbereitschaft der Regierung – zwischen 1950 und 1970 verwendete Amerika nur 3,3 % der Staatsausgaben für neue Anlagen und Ausstattung, 1980 sanken diese sogar auf 3 % –, die fehlende Flexibilität der Unternehmen selbst (besonders in der Stahlindustrie), ihr Technologierückstand sowie die Präsenz der Gewerkschaften waren Gründe für die sinkende Produktivität in der Schwerindustrie. 1978 versorgten die USA nur mehr 16 % des Weltmarktes mit Eisen und Stahl, 1946 waren es vergleichsweise noch 60 % gewesen. In der Folge schlossen im Zentrum der Schwerindustrie zwischen Pennsylvania und Michigan – im “Rust Belt” – ein Drittel der Fabriken. Die Textilindustrie, die sich seit jeher auf das billige Produzieren von Massenware spezialisiert hatte, verlor wiederum ihre Spitzenposition wegen der globalen Konkurrenz und den Nischenmärkten. Zudem hatten die Vereinigten Staaten mit dem Vietnamkrieg ihre Spitzenposition in der Technologie zu verlieren begonnen: Denn die Ausgaben für Forschung und Entwicklung wurden für den Vietnamkrieg ausgegeben, und zwar zu einer Zeit, als ausländische Mitbewerber – vor allem Deutschland und Japan – vermehrt in die Forschung zu investieren begonnen hatten. Diese Entwicklung sollte sich deutlich in der amerikanischen Autoindustrie abzeichnen, die bis Ende der 1970er-Jahre als Aushängeschild für den amerikanischen Wohlstand galt. Zwischen 1979 und 1982 verlor die Autoindustrie 250 000 Arbeitsplätze. Ende der 1980er-Jahre lag die amerikanische Autoindustrie mit ihren *Big Three American producers* (Chrysler, General Motors und Ford) und ihrer unflexiblen Produktionsart an dritter Stelle hinter Europa und Japan. Eine der Folgen der Deindustrialisierung sollte sich Ende der 1980er-Jahre mit dem Autoimportdefizit als größter Teil des amerikanischen Handelsdefizits zeigen. Siehe auch den Eintrag zum Thema AUTO in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>272</sup> Winkler, 222: Die Inflation war von 2,2 % im Jahr 1965 auf 11 % 1974 und 13,5 % im Jahr 1980 gestiegen.

<sup>273</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 303.

<sup>274</sup> Vgl. ebda.

zu steigen begonnen. Betroffen waren die amerikanische Mittel- wie auch Oberschicht, vor allem aber die amerikanische Arbeiterklasse, die (neue) Schicht der berufstätigen Frauen und der AfroamerikanerInnen: Von den 12 Mio. Arbeitslosen 1982 entfielen 20 % auf die afroamerikanische Bevölkerung, die – trotz der Initiativen des *Great Society*-Programms – als Folge einer diskriminierenden Gesellschaftspolitik arm geblieben war.<sup>275</sup> Die großen (teilweise illegalen) Immigrationswellen aus Lateinamerika und Asien Ende der 1970er-Jahre, unter anderem als Folge US-politischer Krisenherde und des Vietnamkriegs, verschärften die Situation vor allem in den Innenstädten.<sup>276</sup> Daneben erforderte auch die zunehmende Überalterung der Bevölkerung aufgrund des starken Geburtenrückgangs nach dem Babyboom eine Neuverteilung des ökonomischen Gewichts.<sup>277</sup> Zu der bereits prekären Wirtschaftssituation gesellte sich das Faktum, dass die amerikanische Bevölkerung mit dem Zerfall des Nachkriegswohlstands zu konsumieren aufgehört hatte. Die Keynesche Wirtschaftstheorie hatte versagt, da ein *deficit spending* aufgrund eines immer knapperen US-Budgets nicht mehr möglich war.<sup>278</sup> Diese Tatsache sollte das Interesse für die neokonservative Philosophie der *supply-side-economics* wecken, in welcher ein starkes Senken der Einkommenssteuern die Investitionstätigkeit ankurbeln und damit einen Wirtschaftsaufschwung bewirken und dieser wiederum das Budgetdefizit beseitigen würde. Diese Wirtschaftstheorie implizierte auch eine Deregulierung des Marktes, das heißt die “Rücknahme staatlicher Einschränkungen der Gewerbe- und Vertragsfreiheit”<sup>279</sup>. Die Deregulierung war Ende der 1960er-Jahre als Lösung für ein Wirtschaftswachstum in die antibürokratische Rhetorik der Konservativen aufgenommen und nach und nach auch von den Demokraten übernommen worden, und zwar um Konsumentinnen und Konsumenten gegen einseitige “Angebotsstrukturen” wie Monopole (z. B. im Telefonbereich) zu schützen. Um das amerikanische Volk von der Last der “Überregulierung” (*overregulation*) zu befreien, deregulierte Carter Fluglinien, Teile des Transportwesens und Zinsraten und erhöhte gleichzeitig die Umweltauflagen. Zusammen mit Kürzungen von Bundesprogrammen, die das Haushaltsdefizit senken sollten, wollte Carter mittels Deregulierung die Verbindung von “Vollbeschäftigung und Preisstabilität” erreichen. Als Reagan das Amt übernahm, war das Rahmenwerk der Deregulierung bereits erstellt. Die deregulierenden Maßnahmen und Kürzungen bei Bundesprogrammen des demokratischen Präsidenten Carter sollten jedoch – aufgrund der ersten Regierungsmaßnahmen des republikanischen Präsidenten Reagan – schließlich in der größten Rezession (1979–82) seit der ‘Great Depression’ enden.<sup>280</sup>

---

<sup>275</sup> Vgl. Winkler, 221.

<sup>276</sup> Vgl. ebda., 220 und Wersich, 362 ff.: Als traditionelles Einwanderungsland verzeichneten die USA unterschiedlich motivierte Phasen einer Bevölkerungsbewegung in Form von “Einwanderung, Zuwanderung oder Rückwanderung”. Nach 1920 war die Zuwanderung, die auf einem “national-origins system” basierte und darin bestimmte Nationen bevorzugte, “unter dem Einfluss restriktiver Gesetzgebung” gesunken und erst 1965 mit Lyndon B. Johnsons *Immigration Act* wieder liberalisiert worden. Damit begann sich die ethnische Zusammensetzung der Bevölkerungsstruktur in den 1970er-Jahren gravierend zu verändern: Zwischen 1977 und 1979 kamen fast 40 % der Immigrantinnen und Immigranten aus Asien und fast 40 % aus Lateinamerika; 1/5 der Bevölkerungswachstumsrate in jener Zeit ging auf die Immigration zurück. Die legale Immigration war 1980 größer als die vergangenen 60 Jahre zuvor. Am stärksten betroffen von den Bevölkerungsverschiebungen war der “Sun Belt”, der sich seit Mitte der 1970er-Jahre auch wirtschaftsmäßig stark zu verändern begonnen hatte. Nachdem die BabyboomerInnen den Trend ihrer Elterngeneration fortgesetzt hatten und sich in den *suburbs* niederließen, hatte sich die Bevölkerung in den Vorstädten in 19 Bundesstaaten massiv erhöht. Die infrastrukturell vernachlässigten Innenstädte waren dem Zuzug von neuen Immigrantinnen und Immigranten in den 1970er-/1980er-Jahren nicht oder nur schwer gewachsen.

<sup>277</sup> Vgl. Winkler, 219 f.

<sup>278</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 303: 1980 betrug die Regierungsausgaben bereits 35 % des Bruttosozialproduktes (BSP), während es im Jahr 1960 noch 29 % waren.

<sup>279</sup> Wersich, 226 ff. Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 150 ff.

<sup>280</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 146 ff. und Winkler, 220: Das Wirtschaftswachstum, das in den 1950ern noch 3,2 % pro Jahr betragen hatte, war in den 1970ern auf durchschnittliche 2,3 % pro Jahr gesunken und hatte mit der Rezession fast ganz aufgehört. Das reale Bruttonationalprodukt war 1980 um 0,2 % gesunken, 1981 um 1,9 % gestiegen und 1982 wiederum um 2,5 % gefallen.

Mit dem Zerfall der US-amerikanischen Wirtschaft in den 1970er-Jahren war auch der ungeschriebene sozialpolitische Konsens, der die allgemeine Wohlfahrtsförderung bis Ende der 1960er-Jahre getragen hatte, aufgebrochen worden. Damit war eine völlig veränderte Sozial- und Bevölkerungsstruktur offensichtlich geworden. Die Kennedy-Ära und ihre Rhetorik, die für alle Bevölkerungsschichten Aufbruchsstimmung und Hoffnung verbreitet hatte, hatte latenten Konflikten und Unsicherheiten noch kurzfristig ihre Sprengkraft rauben können.<sup>281</sup> Rückblickend jedoch sollte sich die Ermordung John F. Kennedys in Dallas 1963 als “psychic watershed for the nation”<sup>282</sup> herausstellen, die die Nation als solche in ihrer Trauer zum letzten Mal vereint hatte: “America’s history as a nation has reached its end.”<sup>283</sup> Von da an war es schwieriger geworden, eine Politik zu betreiben, bei der innenpolitische Konflikte mit mehr Geld und besserer Schulbildung und internationale Auseinandersetzungen mit militärischen Verpflichtungen gelöst werden konnten.<sup>284</sup> Nach dem Vorbild der Bürgerrechtsbewegung<sup>285</sup>, in welcher durch die grundsätzliche Infragestellung der demokratischen Werte der Nation erstmals der bis heute existierende Widerspruch zwischen Rhetorik und Realität sichtbar wurde, begannen verschiedene Minderheiten neben den *Afroamericans* wie die der *Hispanics* und *Native Americans* laut und öffentlich den amerikanischen Mythos von den “gleichen Rechten für alle” einzuklagen und Teilhabe am sichtbar gestiegenen amerikanischen Wohlstand zu verlangen.<sup>286</sup> Aber auch innerhalb der weißen Bevölkerungsschicht waren mit der Bürgerrechtsbewegung, gefolgt von der Studentenbewegung, der Frauenbewegung und anderen sozial benachteiligten Gruppen wie Homosexuellen verstärkt alte Denkmuster und Familien- bzw. Gesellschaftsstrukturen aufgebrochen worden: “‘The Sixties’ is less a term for the state of the nation than a catchword for a state of mind-radical, youth-oriented, countercultural, easy-riding, committed to New Left attitudes, minority rights, black consciousness, drugs, psychedelic experience, protest and dissent.”<sup>287</sup>

Mit der zunehmenden Radikalisierung der verschiedenen Bewegungen – aufgrund der mangelnden Auseinandersetzungsbereitschaft seitens der politischen VertreterInnen und mitunter provoziert durch die Ermordung von Hoffnung verkörpernden Symbolfiguren wie dem demokratischen Präsidentschaftskandidaten Robert F. Kennedy und dem berühmtesten Vertreter der Bürgerrechtsbewegung der AfroamerikanerInnen und Nobel-Preisträger Martin Luther King, Jr. – war erstmals auch die breite (weiße) amerikanische Öffentlichkeit mit den grundsätzlichen sozialen Veränderungen in den USA konfrontiert.<sup>288</sup> Dies sollte Ende 1968 mit dem Vietnamkrieg als Katalysator zu einer Spaltung zwischen einem “offiziellen” Amerika, das sich in der Wahl des republikanischen Präsidenten Richard M. Nixon ausdrückte, und einer “Gegenkultur” bestehend aus Hippies, Yippies, politischen Aktivistinnen und

<sup>281</sup> Vgl. Morris Dickstein, “The Rise of a New Sensibility, or How the Fifties Broke Up,” *Gates of Eden: American Culture in the Sixties* (Harvard: Harvard UP, 1997) 51–88.

<sup>282</sup> Snowman and Bradbury, 276. Die US-amerikanischen Historiker Daniel Snowman und William Bradbury lieferten mit ihrem Buchkapitel zu den 1960er- und 1970er-Jahren eine weitere Grundlage für meine Auseinandersetzung mit der ideologischen Verbindung zwischen dem Konsumieren (von Produkten) und der Politik in den USA.

<sup>283</sup> Zitiert nach dem US-amerikanischen Historiker und Politikwissenschaftler Andrew Hacker, 230, in Snowman and Bradbury, 276.

<sup>284</sup> Vgl. ebda.

<sup>285</sup> Vgl. Winkler, 223–25 und Wersich, 160: Die Bürgerrechtsbewegung wurde 1905 von W.E.B. Du Bois und dem *Niagara Movement* initiiert und hat im Laufe des 20. Jahrhunderts auf der Basis einer breiten Koalition von Afroamerikanerinnen und Afroamerikanern und anderen ethnischen Gruppen, von Kirchen und Gewerkschaften sowie einer großen Anzahl liberaler weißer AmerikanerInnen “mit Hilfe konventioneller und unkonventioneller Formen politischer Partizipation einen entscheidenden Beitrag zur Beseitigung der legalen Rassenschranken geleistet und damit wie keine andere soziale Bewegung das Erscheinungsbild der Vereinigten Staaten verändert”.

<sup>286</sup> Vgl. Snowman and Bradbury, 267–85 und vgl. Brucoli and Layman, *AD 70s*, 331–34.

<sup>287</sup> Snowman and Bradbury, 268.

<sup>288</sup> Vgl. ebda., 276–79.

Aktivisten, wütenden Schwarzen und verschiedenen “enttäuschten” Bevölkerungsschichten führen.<sup>289</sup> Für das “offizielle” Amerika, darunter fiel auch die große (stille) Mehrheit der Generation der BabyboomerInnen, bedeutete dies das Festhalten am konservativen und konsumorientierten *Middle-America*: “a vote for Nixon was a vote for a return to the Puritan ethic of hard and honest work, of thrift, of a laissez-faire economy and of respect for parents and elders”<sup>290</sup>, während sich die *counterculture* für eine kulturelle Neudefinition Amerikas und damit für eine Anpassung an die neue soziale Realität einsetzte.<sup>291</sup> Diese in den 1960er-Jahren entstandene “Gegen-, Alternativ-, Protestkultur”<sup>292</sup> bildete ein loses Amalgam verschiedener Kräfte, die in der Opposition vereint waren und als “antiautoritäre Bewegung gegen konformistische, konsumorientierte Mittelstandskultur, gegen Wissenschafts- und Vernunftkultur, gegen die zweckrational organisierte und funktionierende Gesellschaft, gegen alle Arten von Establishment und ‘Unterdrückung’ mit deutlich antiintellektueller, anti-scientistischer und generell antimodernistischer Tendenz auf der Basis von emanzipatorisch verstandenen fundamental-moralischen und hedonistischen Überzeugungen”<sup>293</sup> eintrat. Der “Kampf gegen die politischen, moralischen, sozialen und seelischen Deformationen der modernen Gesellschaft”<sup>294</sup> sollte dabei äußerst kreativ in verschiedenen Aktionen, medialen Auftritten und Publikationen umgesetzt werden.<sup>295</sup> Den Initiativen der *counterculture* widersetzte sich Richard M. Nixon, indem er nach alten Mustern und Kräften “Ordnung” schuf. Dabei begann sich ein fehlendes Vertrauen in die Verdienste von sozialen Reformbewegungen breit zu machen; ein Umstand, der wiederum Nixons konservative Innenpolitik stützen würde.<sup>296</sup> Diese erste Ideologiekrise wurde von grundsätzlichen Zweifeln an der Rechtmäßigkeit der US-Überseeexpansion begleitet, was in der Folge einen zweiten Eckpfeiler des US-Liberalismus ins Wanken bringen sollte:<sup>297</sup> So hatte sich der US-Liberalismus der 1960er-Jahre auf die Annahme gestützt, dass mit einem Wirtschaftswachstum auch soziale Probleme gelöst würden. Ein Wirtschaftswachstum wiederum gründete sich auf Marktexpansion, welche durch das Öffnen von “geschlossenen” kommunistischen Märkten erreicht werden würde. Damit verbunden war die Annahme, dass die Regierung sowohl *New Deal*- bzw. *Great Society*-Sozialprogramme als auch eine dritte antikommunistische Phase finanzieren könnte. Bereits unter der Präsidentschaft Johnsons war klar geworden, dass dies nicht möglich war: Johnson musste sein *Great Society*-Reformprojekt stark kürzen.<sup>298</sup> Nixon, der die Notwendigkeit der staatlichen Unterstützung erkannt hatte, war durchaus geneigt, Sozialprogramme weiterzuführen,<sup>299</sup> allerdings nur im Rahmen eines *New Federalism*, was – als politisch rechtsgerichteter Stoß gegen die FürsprecherInnen der *Great Society* – zur Aufgabe der Philosophie des Progressivismus führen sollte.<sup>300</sup> Bis dahin eingeleitete innenpolitische Sozialreformen blieben zwar bestehen, weitere Reformvorhaben endeten im Wesentlichen jedoch mit der amerikanischen Auslandsexpansion.

Undoubtedly many who lived in the United States during the 1960s and 1970s experienced a shift in tone and expectation between the two eras, and felt that the earlier years were a period of eroding optimism, shattered by the hammer blows of the Kennedy and King assassinations, the great campus and urban riots, and the catastrophe of Vietnam, while the later years certainly saw the gradual, muted return to a more stable,

<sup>289</sup> Ebda., 279.

<sup>290</sup> Ebda., 282.

<sup>291</sup> Vgl. Winkler, 229 f. Vgl. Charles A. Reich, *The Greening of America* (New York: Random House, 1970)

<sup>292</sup> Wersich, 207.

<sup>293</sup> Ebda.

<sup>294</sup> Ebda.

<sup>295</sup> Vgl. Snowman and Bradbury, 279–82.

<sup>296</sup> Ebda., 282 ff.

<sup>297</sup> Vgl. Bruccoli and Layman, *AD 70s*, VII f.

<sup>298</sup> Ebda.

<sup>299</sup> Ebda., 126.

<sup>300</sup> Vgl. ebda., VII.

honourable if low-key national life, in which personal problems came to predominate over public ones, and concern about the quality of the physical environment took precedence over the more spectacular political issues of yesteryear.<sup>301</sup>

Die Niederlage im Vietnamkrieg hatte das Bild der Nation und ihrer Position in der veränderten Welt erstmals stark erschüttert. Das US-Experiment – der Aufbau einer ‘Nation’ in Vietnam – war gescheitert und hatte dabei gezeigt, dass das amerikanische Modell der Demokratie nicht überall willkommen war. Außerdem hatten die wirtschaftlichen Probleme Amerikas durch den Vietnamkrieg die Grenzen des US-Kapitalismus als optimales Wirtschaftsmodell in einer globalen Wirtschaft sichtbar gemacht.<sup>302</sup> Der Skandal um die Watergate-Affäre 1973 und Nixons Rücktritt ein Jahr später würden schlussendlich die Autorität der Regierung als Institution der Demokratie untergraben.<sup>303</sup> Die Antwort der amerikanischen Bevölkerung auf das erschütterte Vertrauen und die einhergehende Ideologiekrisis war ihr Rückzug ins Private.

Der politisch aufwühlenden Zeit zwischen 1964 und 1974, in der sich soziale Bewegungen mit politischen Bewegungen gemischt und Reformen bewirkt hatten, folgten gemäß den US-amerikanischen Historikern Daniel Snowman und William Bradbury Jahre nationaler politischer und ideologischer Passivität, manifestiert in einer Konsummüdigkeit.<sup>304</sup> Vereinzelt wurden politisches Interesse und Initiativen auf Lokalebene transportiert und waren dort mehr oder weniger erfolgreich. Mit der Ökologiebewegung in den 1970er-Jahren war mit dem populären Verbraucherschutzanwalt Ralph Nader jedoch erstmals eine stark wachsende Verbraucherschutzbewegung verbunden.<sup>305</sup> Die Ökologiebewegung selbst hatte sich in den USA vergleichsweise sehr früh und motiviert durch Rachel Carsons Veröffentlichung *The Silent Spring* (1962) entwickelt.<sup>306</sup> Die Autorin hatte Anfang der 1960er-Jahre erstmals auf die zunehmende Luft- und Wasserverschmutzung und auf die Veränderungen der Umweltbedingungen aufmerksam gemacht. Neben der Einrichtung der staatlichen Behörde EPA (*Environmental Protection Agency*), die maßgeblich gesetzgeberisch wirkte und immer wieder ob der Befürchtung kritisiert wurde, dass mit den Umweltauflagen auch die “internationale Wettbewerbsfähigkeit der USA im Vergleich zu anderen Industriestaaten” geschwächt würde,<sup>307</sup> sollten diese ersten Ansätze der Ökologiebewegung den Wendepunkt in der Entwicklung des *consumerism* bringen. In dieser dritten Phase des Konsumismus (1962–78)<sup>308</sup> würden es erstmals die Konsumentinnen und Konsumenten selbst sein, die sich (strengere) Bestimmungen des Konsumentenschutzes erkämpften:

Conditions were right for the (consumer) movement. The increased complexity of products, the broadening of service channels and depersonalization of shopping, the growth of consumer services (of which consumers have more difficulty in judging quality), the broader availability of the ‘material things of life’ to those with newly expanded discretionary buying power; and other factors – all combined to create strong ‘consumer demand’ for ideas and action that would help the public obtain a better deal in the marketplace.<sup>309</sup>

<sup>301</sup> Snowman and Bradbury, 268.

<sup>302</sup> Vgl. Bruccoli and Layman, *AD 70s*, VIII.

<sup>303</sup> Vgl. ebda., 235.

<sup>304</sup> Vgl. Snowman and Bradbury, 268 zu ihrer Einteilung der 1960er-Jahre. Die Autoren teilen die verschiedenen Perioden der US-amerikanischen Geschichte aufgrund ihrer Ereignisse und Entwicklungen nicht nach Dekadengröße ein, sondern nach den aktiven und passiven Jahresspannen, welche – wie in diesem Fall – auch dekadensübergreifend sein können.

<sup>305</sup> Vgl. Wersich, 614 und vgl. Bruccoli and Layman, *AD 70s*, 341.

<sup>306</sup> Wersich, 254 ff.

<sup>307</sup> Ebda., 250.

<sup>308</sup> Siehe Gabriel and Lang, 127 f.

<sup>309</sup> Zitiert nach Paul N. Bloom and Stephen A. Greyser, 4, in Gabriel and Lang, 128.

Bereits im März 1962 hatte Präsident John F. Kennedy in seiner Erklärung über die Rechte der Konsumentinnen und Konsumenten vor dem Kongress einen strengeren Konsumentenschutz begrüßt.<sup>310</sup> Doch Initiator und Gründer einer breiten Verbraucherschutzbewegung war etwas später Ralph Nader, der mit seinem Buch *Unsafe at Any Speed* 1965 großes Aufsehen erregte:<sup>311</sup> Der populäre Verbraucheranwalt hatte darin erstmals auf die Gefahrenquellen von Autos hingewiesen, welche er als “coffins on wheels”<sup>312</sup> bezeichnete, und unter anderem ein Automodell von General Motors angegriffen. Naders Buch und die Reaktionen darauf sollten einen Skandal provozieren, der ein Jahr später zum *National Traffic and Motor Vehicle Act* von 1966 führte. Ralph Nader 1968: “Consumers are being manipulated, defrauded, and injured not just by marginal businesses or fly-by-night hucksters but by the US blue-chip business firms.”<sup>313</sup> Nader zeichnete damit erstmalig das Bild der Konsumentin bzw. des Konsumenten als Opfer der Profitgier von Unternehmen und seiner Ausnützung in der neu entstandenen Konsumentenpsychologie. Dem stand die amerikanische Wirtschaft gegenüber, die sich an den staatlichen Regulationsmechanismen rieb, weil sie sich nicht nur in ihrer Gewerbe- und Marktfreiheit eingeschränkt sah, sondern ihr auch nach und nach die Verantwortung für den Konsumentenschutz übertragen wurde.<sup>314</sup> Im Gegensatz zu davor, wo der Kongress die Regulationsmechanismen zum Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten vor skrupellosen Verkäuferinnen und Verkäufern schuf, begann sich nun die Verbraucherschutzbewegung für die Interessen der VerbraucherInnen zu engagieren und versuchte die Unternehmen für ihre Verantwortung zu sensibilisieren: So setzte sich Nader 1966 mit “Informationsmaterial” und in “Musterprozessen” für die Verbreitung des “Gesetzes für die Freiheit der Information” (FOIA: *Freedom of Information Act*) ein, dem nach Watergate auch eine stärkere, gesetzliche Reglementierung der Privatsphäre zugunsten der BürgerInnen (*Privacy Act, 1974*) folgen sollte.<sup>315</sup> 1971 gründete Nader die über 100.000 Mitglieder zählende, gemeinnützige Organisation *Public Citizen’s Congress Watch*, die zur wichtigen Institution in der Verfolgung der *White-collar*-Kriminalität – der seit den 1980er-Jahren stark angestiegenen Wirtschaftskriminalität – wurde.<sup>316</sup> Von diesem Zeitpunkt an begann Naders Forschungsgruppe “in eigenen Zeitschriften (*Public Citizen*) und Büchern regelmäßig kritische Berichte und Analysen”<sup>317</sup> zur Wirtschaftskriminalität zu veröffentlichen. Naders Verbraucherorganisationen<sup>318</sup> sahen sich als *Public Interest Groups* (PIGs), als “Interessengruppen des Volkes, gleichsam als Lobbyisten für das Gemeinwohl”, die “kein ökonomisches Eigeninteresse vertreten und [...] ein kollektives Gut als Zielsetzung verfolgen, von dessen Verwirklichung sie aber keinen direkten Vorteil haben.”<sup>319</sup> Nach der Bürgerrechtsbewegung und der Anti-Vietnam-Kriegsbewegung sollte auch die Verbraucherschutzbewegung durch die zunehmende politische Partizipation seitens der BürgerInnen als “Ausdruck einer neuen Qualität”<sup>320</sup> als US-weit ernst zu nehmende Aktions- und Verhandlungspartnerin von Unternehmens- wie Regierungsseite beurteilt und akzeptiert werden.<sup>321</sup> Der große Erfolg der Verbraucherschutzbewegung mit ihrem Netzwerk an hauptberuflich und ehrenamtlich

<sup>310</sup> Vgl. ebda., 32.

<sup>311</sup> Vgl. Wersich unter dem Begriff *Ralph Nader* als Grundlage für die weiteren Ausführungen und vgl. auch Winkler, 232; Gabriel and Lang, 122; Mamiya, 40.

<sup>312</sup> Winkler, 232.

<sup>313</sup> Ebda.

<sup>314</sup> Vgl. hierzu das Kapitel “The consumer as victim” in Gabriel and Lang, 117–28.

<sup>315</sup> Wersich, 298.

<sup>316</sup> Vgl. ebda., 755.

<sup>317</sup> Ebda.

<sup>318</sup> Wersich, 614: 2004 gibt es bereits eine Handvoll von Nader gegründete Organisationen: Die *Public Citizen Litigation Group*, die *Health Research Group* und das *Center for the Study of Responsive Law* sind dabei zu wichtigen Ansprechpartnerinnen in Washington geworden.

<sup>319</sup> Ebda., 613.

<sup>320</sup> Ebda.

<sup>321</sup> Ebda. Vgl. Gabriel and Lang, 129.



tätigen Mitgliedern beruhte auf den “Methoden der Bürgerrechtsbewegung” und funktionierte, wie der Eintrag unter PIGs im *USA-Lexikon* von Rüdiger B. Wersich beschreibt, dabei durch folgende Vorgehensweise:<sup>322</sup> (Potenzielle) Aktivistinnen und Aktivisten werden motiviert und rekrutiert, Gelder direkt *en masse* akquiriert; dann wird die Öffentlichkeit für ein aktuelles Problem breit und medial mobilisiert, geltende Regeln werden von den Aktivistinnen und Aktivisten daraufhin demonstrativ verletzt. Parallel arbeiten sich Expertinnen und Experten in das Thema ein, um den “Weg des traditionellen Lobbyismus” beschreiten zu können: Denn durch ihre Sachkenntnisse in der “umstrittenen Materie” müssen sie vor Behörden und zuständigen Ausschüssen angehört werden und nehmen dadurch Einfluss auf den politischen Entscheidungsprozess. Nach einer gezielten Klage bei Gericht und einem Musterprozess wird so die Öffentlichkeit informiert und aufgeklärt.<sup>323</sup> Im Laufe der 1970er-Jahre sollte es Nader immer wieder gelingen, Missstände jeglicher Art anzuprangern und damit unter anderem zur Verankerung des Umweltschutzgedankens in der amerikanischen Bevölkerung beizutragen.<sup>324</sup> Ende der 1970er- und Anfang der 1980er-Jahre führte die entstandene Umweltbewegung mit dem zusätzlichen Wissen über die Schädlichkeit von Produkten und ihren Auswirkungen wie dem sauren Regen sowie der Gefährlichkeit der Atomkraft zu breiten Initiativen wie der Anti-Nuklearbewegung.<sup>325</sup>

Lokalpolitisch und unter dem strategischen Motto “The Private is Political” hatte eine weitere politische Bewegung in den 1970er-Jahren durchschlagenden Erfolg. Mit dem Feminismus fand unter der weiblichen Bevölkerung eine breite Bewusstseinsbildung statt, welche Frauen in der amerikanischen Bevölkerung erstmals “sichtbar” und ihre Anliegen auch öffentlich diskutierbar und politisch vertretbar machte.<sup>326</sup> Allerdings begann sich mit der öffentlichen Diskussion – und bedingt durch das erschütterte Vertrauen in das amerikanische Regierungssystem – eine Entwicklung abzuzeichnen, die typisch für eine hyperkonsumistische Gesellschaft werden würde: Gesellschaftspolitik wurde von da an vor allem von verbesserten bzw. neuen (elektronischen) Massenmedien wie über das Kabel- und Satellitenfernsehen betrieben. Mit dem Versäumnis der Regierung, öffentlich vor allem die Bedeutung der Niederlage des Vietnamkriegs zu diskutieren und mit dem Vertrauensverlust der Regierung in der Bevölkerung durch die Watergate-Affäre war die eigene gesellschaftspolitische Autorität geschwächt worden; in der Folge wurde die Gesellschaftspolitik mehr oder weniger den US-amerikanischen Medien überlassen:<sup>327</sup> In Büchern, Zeitschriften, Filmen und verschiedenen Fernsehsendungen fand nun die Auf- bzw. Verarbeitung des Vietnamkriegs sowie die Diskussion von gesellschaftsrelevanten Themen statt. Die Populärkulturmedien begannen die Art und Weise der Darstellung von Themen und ihre Selektion zu bestimmen und transportierten damit die amerikanische Gesellschaftspolitik zunehmend in den Unterhaltungsbereich.<sup>328</sup> Diese Entwicklung sollte den “Medien-Multinationalismus” der 1980er-Jahre vorbereiten, in welchem die abgeänderte Version des feministischen Leitsatzes der 1970er-Jahre ‘The Private is Public’ zum Synonym für die wirtschaftliche Korruption des individuellen ‘American Way of Life’ werden würde: Privates wird darin – quoten- bzw. auflagenmäßig und medial aufbereitet – zur öffentlichen (moralischen) Diskussion angeboten, und zwar gemäß der Devise “Ein Melodrama pro Tag zur eigenen Lebensbewältigung”. Mit dem “Medien-Multinationalismus” sollten sich von Kalifornien ausgehend auch der “Hippie-Kapitalismus”, Vorläufer des

---

<sup>322</sup> Vgl. Wersich, 613 unter *Public Interest Groups*.

<sup>323</sup> Ebda. zusammengefasst.

<sup>324</sup> Ebda., 250 unter *Environmental economy*.

<sup>325</sup> Vgl. Wersich, 254 f. unter *Environmental movement*.

<sup>326</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 70s*, 325, 344–50.

<sup>327</sup> Vgl. ebda., VIII, 366–79.

<sup>328</sup> Vgl. ebda.

Yuppietums, und die Popularisierung des Computers als weitere nationale Trends der 1980er-Jahre ankünden.<sup>329</sup>

Die eigene Lebensbewältigung war mit dem Rückzug ins Private auch vorrangig geworden: Selbstverwirklichung und Narzissmus<sup>330</sup> – soziokulturelles Schlagwort für die neue Befindlichkeit der Nation – bestimmten das Leben vieler AmerikanerInnen und nährten sich vom Hedonismus der “Gegenkultur der 1960er-Jahre”.<sup>331</sup> Die auf vielen Ebenen stattfindende Auseinandersetzung mit dem eigenen Ich reflektierte symptomatisch den Stand der seit den 1950ern in Intellektuellenkreisen wie bei den Beat-Autoren (und -Autorinnen) geführten Diskussion über das Selbst in einer zunehmend entfremdeten Gesellschaft.<sup>332</sup> Der Wohlstand hatte eine egoistische Haltung gefördert, die den US-amerikanischen Schriftsteller Tom Wolfe 1976 zur Beurteilung der 1970er-Jahre als ‘Me decade’ veranlasste. Die “Sinnsuch-, Identitäts- und Selbstverwirklichungskultur der Therapiegesellschaft”<sup>333</sup> wurde auf der Grundlage der ‘feeling and looking good’-Mentalität wegbereitend für die mächtige Fitness- und Gesundheitsindustrie in den 1980er-Jahren und sollte mit ihren Schönheitsidealen von da an ideologisch tonangebend auf die Nation wirken:

Feminism, drugs, progressive education, busing, pornography, exotic religions, paranoia, welfare, ethnic politics, long hair, blue jeans, platform shoes, and amphetamines lingered from the 1960s. Conservatism, cowboys, televangelists, flagwaving, energy saving, rising cost of living, teen moms, pickup trucks, overseas investments, Sun Belt shift, cocaine, sound bites, and acid rain anticipated the 1980s.<sup>334</sup>

Ein weiterer hyperkonsumistischer Trend kündigte sich mit der einsetzenden skrupellosen Vermarktung der US-Untergrundkultur an. Aufgrund der fehlenden politischen und wirtschaftlichen Ideologie hatten sich die 1970er-Jahre mit ihrem bunten ‘Stil-Amalgam’ zu einem ‘Zeitalter der ästhetischen Demokratie’ entwickelt.<sup>335</sup> Amerikanische Unternehmen entdeckten nun die Untergrundkultur und ihre Trends in den Städten, schneiderten diese auf ein Mainstream-Publikum zu und transportierten sie – zielgruppenorientiert verpackt – von den Straßen weg in die Einkaufszentren, in die *shopping malls* der Vororte.<sup>336</sup> Mit dem gleichzeitig einsetzenden breiten, weltweiten Export von US-Musik, -Kino und -Fernsehen begann der US-Kapitalismus inoffiziell und abgekapselt von der politischen Realität Eigenwege zu gehen: “The 1970s pop-culture attraction to nostalgia illuminates the political temperament: rather than change with the times, Americans preferred to retreat into an idealized past with unassailable truths.”<sup>337</sup>

---

<sup>329</sup> Ebda., X.

<sup>330</sup> Ebda. Der US-amerikanische Kulturhistoriker Christopher Lasch hatte mit seinem Bestseller *The Culture of Narcissism: American Life in An Age of Diminishing Expectations* (New York: Norton & Company, 1991) den Narzissmus als (neues) pathologisches Grundgefühl der Nation beschrieben und mit seiner Sozialkritik eine breite Kulturdebatte eingeleitet.

<sup>331</sup> Bruccoli and Layman, *AD 70s*, X.

<sup>332</sup> Vgl. Snowman and Bradbury, 289–92.

<sup>333</sup> Wersich, 207.

<sup>334</sup> Bruccoli and Layman, *AD 70s*, VII.

<sup>335</sup> Ebda., IX.

<sup>336</sup> Ebda. Die US-amerikanische Schriftstellerin und Seismografin der Veränderungen in der amerikanischen Gesellschaft, Joan Didion, hatte die *shopping mall* 1979 in ihrer Essaysammlung *The White Album* (New York: The Noonday Press, 1990) als logische Weiterentwicklung der durch die Erfindung des Autos geschaffenen Vororte bezeichnet. Als “Konsumparadies” würde dieser Ort die perfekte Verschmelzung zwischen dem Profitmotiv und dem Ideal der Gleichheit darstellen: “They are toy garden cities in which no one lives but everyone consumes, profound equalizers the perfect fusion of the profit motif and the egalitarian ideal, [...]. Baby Boom. Consumer Explosion. Leisure Explosion. Do-It-Yourself-Revolution. Backyard Revolution. Suburbia. ‘The Shopping Center’, the Urban Land Institute could pronounce in 1957, ‘is today’s extraordinarily retail business involvement. ... The automobile accounts for suburbia, and suburbia accounts for the shopping center.’” (180)

<sup>337</sup> Bruccoli and Layman, *AD 70s*, XI.

Den politischen Erneuerungskonzepten der Regierungen in den 1970ern – alle drei sollten der veränderten politischen, wirtschaftlichen wie gesellschaftspolitischen (Krisen-)Situation entsprechend auf einen neuen “Realismus” setzen – begegnete die amerikanische Öffentlichkeit jedoch mit Misstrauen und Ablehnung: Alle diese Administrationen hatten eine Fortsetzung des amerikanischen Nachkriegswohlstands versprochen, allerdings nur auf der Grundlage einer ‘geopolitischen Gleichheit mit der Sowjetunion und China’, der ‘wirtschaftlichen Gleichstellung mit Europa und Japan’ und über eine ‘Kürzung der Regierungsunterstützung’.<sup>338</sup> Um den Vertrauensverlust in die amerikanische Regierung wieder wettzumachen, versuchten Kongressmitglieder und Mitglieder der Regierung des Republikaners und 38. Präsidenten der USA Gerald R. Ford (1974–76) sowie der nachfolgenden demokratischen Regierung unter Jimmy Carter innenpolitisch die Macht von CIA, FBI und NSA, aber auch von Lobbys, Unternehmen und einflussreichen Personen zu begrenzen sowie Wirtschaftsexperten der Nixon-, Ford- und Carter-Regierungen, ein realistisches Steuerprogramm zu entwickeln. Außenpolitisch setzten die Regierungen von Ford und Carter im Wesentlichen Nixons Abkehr von der Politik des Kalten Krieges fort, wobei alle drei Präsidenten ein neues Beziehungsverhältnis zwischen US-Regierung und Wirtschaft aufbauen wollten, welches den Anforderungen einer globalen Wirtschaft entsprechen sollte.<sup>339</sup> Erschüttert von der amerikanischen Geiselnahme durch Terroristen in Iran 1979 und von der sowjetischen Invasion (und damit implizierten kommunistischen Expansion) in Afghanistan 1980 wurden die AmerikanerInnen nach Vietnam erneut mit den Grenzen der USA als mächtigste und reichste Nation der Welt konfrontiert.<sup>340</sup> Das sollte sich zum politischen Vertrauensverlust seit Watergate, zu den sozialen Problemen, zum Verlust hochbezahlter Arbeitsplätze in der Industrieproduktion an schlecht bezahlte Dienstleistungsjobs, zur hohen Arbeitslosigkeit sowie zu einer hochinflationären, stagnierenden Wirtschaft addieren.<sup>341</sup> In dieser Stagflationskrise<sup>342</sup> begann der klassische US-Kapitalismus offiziell zu zerfallen: Amerika war für einen internationalen Wirtschaftswettbewerb mit Japan und Deutschland technologisch nicht gerüstet, verzeichnete steigende Handelsungleichheiten und verunsicherte seine Bevölkerung mit steigenden Energie- und damit höheren Lebenskosten.<sup>343</sup> Mit dem sinkenden Wohlstand und einer neuen Polarisierung zwischen Arm und Reich zwischen 1975 und 1978 (“much of this backsliding in equality seems to be due to polarization in wages and salaries”<sup>344</sup>) trat nach Bruce Kuhre, einem US-amerikanischen Soziologen, auch eine Krise des amerikanischen Traums (Mythos und Teil der amerikanischen kulturellen Identität) auf, dessen Erfüllung sich bis dahin im steigenden Wohlstand nach dem Zweiten Weltkrieg und damit im sozialen Aufstieg in die Mittelklasse ausgedrückt hatte.<sup>345</sup>

Mit dem Präsidentschaftskandidaten Ronald Reagan schien daher 1980 ein “Retter” des alten, mythenbeladenen Amerikas auf die Bühne zu treten. Als Vertreter der Neuen Rechten oder

---

<sup>338</sup> Ebda.

<sup>339</sup> Ebda. und vgl. ebda., 125 f, 240, 250–52.

<sup>340</sup> Ebda., 233–35.

<sup>341</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 146, 257.

<sup>342</sup> Vgl. ebda., 146 zur “Stagflation”: Dieser Wirtschaftsbegriff kam erstmals in den späten 1970ern auf und bezeichnete eine Wirtschaftssituation, die sowohl von hoher Inflation und Arbeitslosigkeit als auch von Stagnation geprägt war und bis Anfang der 1980er-Jahre andauern sollte. Ein solches Wirtschaftsszenario war bis dahin von der klassischen Wirtschaftstheorie als unmöglich erachtet worden. Zugleich nahm der Anteil der Bevölkerung mit Einkommen unter der Armutsgrenze, welcher durch die Kombination von Wirtschaftsaufschwung und Sozialprogrammen in den 1960er-Jahren drastisch zurückgegangen war, infolge dieser Stagflationskrise in den 1970er-Jahren wieder deutlich zu.

<sup>343</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 257.

<sup>344</sup> Kuhre, 33.

<sup>345</sup> Vgl. ebda., 33 ff.; vgl. auch Barlett and Steeles Analyse der veränderten Lohnsituation in *America: Who Stole the Dream?* 1–37.

Neokonservativen<sup>346</sup> verband Reagan einen “klassischen Wirtschaftsliberalismus und soziokulturellen Konservatismus in der Innenpolitik mit einem unilateralistischen Interventionismus in der Außenpolitik durch einen scharfen Antikommunismus.”<sup>347</sup> Bereits Ende der 1960er-Jahre hatten sich in Reaktion auf den zunehmenden, zentralisierenden Regierungseinfluss (*statism*)<sup>348</sup> und den sozialen Interventionismus durch die *Great Society*-Programme (*collectivism*) neue rechte Kräfte formiert, die konservatives Gedankengut vereinten, sich jedoch an “neuen Quellen” orientierten, populistisch agierten und “auf organisatorische Effektivität im politischen System der USA” zielten.<sup>349</sup> Enttäuscht über den Vietnamkrieg und die unter Nixon eingeleitete Rüstungskontrollpolitik sollten der militante Antikommunist Ronald Reagan und die Neuen Rechten, vor allem unter Ausnutzung der innenpolitischen Schwächen Jimmy Carters Ende der 1970er-Jahre, einen “Richtungswechsel im sicherheitspolitischen Denken in den USA”<sup>350</sup> erreichen und sich politischen Auftrieb verschaffen. Mit der kalifornischen Steuerrevolte Ende der 1970er-Jahre, als durch die Einführung der *Proposition 13* eine an die Inflationsrate angepasste Indizierung der Haus- und Grundstückssteuern verlangt wurde,<sup>351</sup> fand sich diese neue politische Kraft auch in ihrer Steuerpolitik als Teil einer *supply side*-Wirtschaftspolitik bestätigt<sup>352</sup>. Die neuen rechten Kräfte waren “enttäuschte *Cold-War-liberals*”, “Mitarbeiter der republikanischen Administrationen”, “neokonservative Intellektuelle aus der Demokratischen Partei” und “konservative *Mainstream*-Republikaner”.<sup>353</sup> Sie sollten die politische Basis des ehemaligen Gouverneurs von Kalifornien (1966–74) bilden, der bereits damals mit seiner erzkonservativen Politik auf sich aufmerksam gemacht hatte. Ronald Reagan verlangte nun den (trotz eingeleiteter Entspannungspolitik weder militärisch noch ökonomisch machbaren) Sieg im Kalten Krieg, die Weltführung der USA und die Aufrechterhaltung der Regierungsunterstützung einzig für die Mittelklasse.<sup>354</sup>

Reagans Botschaft war einfach: Er war angetreten, um den “Respekt Amerikas im Ausland wiederherzustellen und den Einfluss der Regierung auf das Leben der AmerikanerInnen zu verringern.”<sup>355</sup> Reagans Wahlprogramm versprach ein ausgeglichenes Bundesbudget, Steuerkürzungen, die Verringerung des Regierungseinflusses durch Deregulierung und Abbau der Bürokratie sowie die weltweite Bekämpfung des (kommunistischen) Einflusses der Sowjetunion. Reagans Anziehungskraft lag dabei vor allem in seiner Fähigkeit, mit einem optimistischen ‘can-do’-Image der Nation eine Vision zu vermitteln, wonach “Amerikas” alter Ruhm und Reichtum durch die “guten” alten, puritanischen Tugenden der harten Arbeit, der Selbstständigkeit und des Gottesglaubens – gestützt vom gemeinsamen Patriotismus – wiederhergestellt werden konnten.<sup>356</sup> Reagan sprach damit religiöse wie säkulare Konservative gleichermaßen an. Sowohl durch die befreienden Tendenzen der 1960er und 1970er als auch durch die wirtschaftlichen

<sup>346</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 300 ff. und vgl. Brucoli and Layman, *AD 70s*, 339–42. Vgl. auch Bruce Kuhre, “The ‘Politicalization’ of the ‘Christian Right’ and Its Union with the ‘New Right,’” *Constructing the Eighties: Versions of an American Decade*, Eds. Walter Grünzweig, Roberta Maierhofer, and Adi Wimmer (Tübingen: Narr, 1992) 51–63. Dieser Buchbeitrag stellte eine Grundlage für meine weiteren Ausführungen zu diesem Thema und zu vielen weiteren darin interdisziplinär aufgearbeiteten Aspekten von Amerika in den 1980ern dar.

<sup>347</sup> Wersich, 643.

<sup>348</sup> Vgl. ebda.: Der Wiederaufstieg des rechten Flügels der republikanischen Partei begann in den 1950er-Jahren “in Reaktion auf Eisenhower, der einen modernen, moderaten Konservatismus vertrat und die sozialstaatlichen Neuerungen des *New Deal* als Bestandteil des Status quo akzeptierte.”

<sup>349</sup> Vgl. Wersich, 515.

<sup>350</sup> Ebda., 515 f.

<sup>351</sup> Ebda., 516.

<sup>352</sup> Ebda.

<sup>353</sup> Ebda.

<sup>354</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, VIII-X.

<sup>355</sup> Vgl. Reagans Regierungsansprache am 20. Januar 1981 in *Actor, Ideologue, Politician: The Public Speeches of Ronald Reagan* (S. 176–80) als Grundlage meiner weiteren Ausführungen.

<sup>356</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 257.

Umstrukturierungsprozesse mobilisiert, sahen Mitglieder der Neuen Rechten sowie der Christlichen Rechten<sup>357</sup> in Reagan den idealen Kandidaten für die Wahrung traditioneller amerikanischer Werte und für einen Wirtschaftsumschwung durch einen verminderten Regierungseinfluss.<sup>358</sup> Beide Gruppen sollten ein kriminell gewordenes Amerika, eine Drogenkultur, die Frauenemanzipation und das *Equal Rights Amendment*, liberale Abtreibungsgesetze, Pornografie und die Rechte von Homosexuellen beklagen, welche allesamt als Zeichen zunehmender Amoralität bzw. als Einschränkung der individuellen Freiheit gewertet und für den Zerfall der amerikanischen Familie verantwortlich gemacht wurden. Aber auch Bundesinitiativen wie der Einsatz von Schulbussen zur Rassenintegration, *affirmative action*-Programme, Sexualerziehung in der Schule und ein verstärkter Umweltschutz wurden als Angriffe auf die individuelle Freiheit gewertet. Damit sollte der auch in der Wirtschaft gestiegene Regierungseinfluss "schuld" an der schlechten ökonomischen Situation der USA sein.<sup>359</sup> Trotz unterschiedlicher Anliegen und Schwerpunkte würden sich beide Gruppen in diesem tiefverwurzelten sozialen, wirtschaftlichen und politischen Konservatismus treffen<sup>360</sup> und sich Ende der 1970er-Jahre als Neue Christliche Rechte formieren. Diese breite sozialpolitische Bewegung stellte die erste bedeutende Koalition in der US-amerikanischen Politik seit Franklin D. Roosevelt und dem New Deal dar<sup>361</sup> und sollte als solche den konservativen Umschwung der 1980er-Jahre mittragen bzw. durch die politische Kultur des *Reaganism* selbst umstrukturiert werden:<sup>362</sup>

In the broad scope of its program, the national scale of its activities, and the large size of this following, the New Christian Right represented a new turn in politics.<sup>363</sup>

The politicized evangelical surge and its ally, conservative 'Reaganism,' can easily be seen as constituting a drive to reconstruct the system of implicit legitimation and to recreate the synthesis of theistic moral absolutism, economic laissez-faire, and messianic interpretation of the meaning and destiny of America. The Reverend Jerry Falwell and President Reagan appear to share certain basic values that entail a celebration of early entrepreneurial capitalism and its legitimating mix of competitive individualism and evangelical christianity.<sup>364</sup>

Der Erfolg und die Triebkraft dieser Bewegung lagen im breiten Themenspektrum, das viele gesellschaftliche Strömungen innerhalb der beiden Gruppen anzusprechen vermochte: Konservative evangelikale und fundamentalistische Christinnen und Christen stellten neben politischen und wirtschaftlichen Konservativen

---

<sup>357</sup> Vgl. Kuhre, 52 ff.; vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 300 ff. und Wersich, 520 ff. zusammenfassend: Die Christliche Rechte vereinte grundsätzlich die zwei breiten religiösen Strömungen des Fundamentalismus und des Evangelikanismus. Der Fundamentalismus war durch die "superpatriotischen Radiopredigten der 1950er- und 60er-Jahre" verbreitet worden, wodurch ein militanter Antikommunismus mit protestantischem Fundamentalismus verbunden wurde. Der Evangelikanismus als traditionell apolitische Strömung sollte zwischen 1960 und 1980 so bedeutend zunehmen, dass Ende der 1970er-Jahre bereits mehr als 50 Mio. AmerikanerInnen als "born again Christians" geschätzt wurden und dieser "neue" Evangelikalismus zur Hauptbewegung in den konservativen Kirchen geworden war. Das stellte eine breite Mobilisierungsbasis in der Politisierung der Christlichen Rechten dar. Die evangelikalen Kirchen hatten bis in die 1960er-Jahre die Trennung von Kirche und Staat verlangt, da sie die Politik als korrupt betrachteten. Der mit dem Liberalismus einhergegangene weltliche Humanismus und die "gottlose" Modernität wurden als Bedrohung der "Einheit" Amerikas auf der Grundlage der *civil religion* und ihrer Manifestation im *American Way of Life* empfunden. In Reaktion darauf nahm die Christliche Rechte in den 1970er-Jahren wieder die kirchliche Position des 19. Jahrhunderts ein, worin die Kirche eine Führungsposition einnehmen und Amerika mit den traditionellen amerikanischen Werten wie Individualismus, Idealismus und Familie erfüllen und damit eine "moral rebirth" herbeiführen sollte. Die politisch aktive Christliche Rechte vereinte meist aus dem südstaatlichen "Bibelgürtel" stammende fundamentalistische und evangelikale FernsehpredigerInnen der so genannten Super-Kirchen (einzelne Kirchen, die mehr als 20.000 Mitglieder verzeichneten) und späteren Medien-Kirchen mit den Organisationen *Christian Voice* und *Religious Roundtable*.

<sup>358</sup> Vgl. Kuhre, 56 ff.

<sup>359</sup> Vgl. ebda 60 f.

<sup>360</sup> Ebda., 60.

<sup>361</sup> Vgl. Watkins, 173.

<sup>362</sup> Ebda., 172.

<sup>363</sup> Zitiert nach Robert C. Liebman, 231, in Kuhre, 62.

<sup>364</sup> Zitiert nach Dick Anthony and Thomas Robbins, 244, in Kuhre, 56.

den größten Teil und die zuverlässigste Unterstützung der Bewegung dar.<sup>365</sup> Die Koalition selbst vereinte die drei unterschiedlichen, nichtsdestoweniger miteinander verbundenen Anliegen (Ideologien) des “social traditionalism”, “economic libertarianism” und “militant anti-communism”.<sup>366</sup> Als gemeinsame Basis sollte sich darin die Rolle der Regierung, die Wohlfahrt und die Moral, aber auch das Anliegen einer deregulierenden Regierungspolitik und die Aufrechterhaltung des Kapitalismus erweisen:<sup>367</sup>

[...] the New Christian Right has had a significant impact on American Society. It has been credited with a major role in the election and presidency of Ronald Reagan, in the defeat of many liberal candidates for public office, in the defeat of the Equal Rights Amendment, and in elevating morality to a public issue.<sup>368</sup>

Reagan entsprach mit seiner medial kreierten Persona und Wahlkampagne den konservativen Vorstellungen der neuen sozialpolitischen Bewegung, weswegen seine Wahl am 4. November 1980 mit massiven computerunterstützten Wahlbriefen und anderen medialen Ausdrucksformen erheblich unterstützt wurde:<sup>369</sup>

The Reagan presidency, however, was not so much the election of a candidate with a particular profile as it was a media event. Americans in the midst of all of the psychological crises besetting them, from the redefinition of the family and the technological challenges to their life styles to the loss of global political and economic hegemony, were buying a media-created president, who appealed to traditional patterns of thinking.<sup>370</sup>

Die Tatsache, dass Ronald Reagan beispielsweise der erste geschiedene Präsident in der Geschichte der Vereinigten Staaten war, wurde beispielsweise *nie* als Widerspruch zum geschaffenen Image als perfekter Ehemann wahrgenommen. Eine Stärkung der Wirtschaft durch eine angebotsorientierte Wirtschafts- und Steuerpolitik, auch als *Reaganomics*<sup>371</sup> bezeichnet, würde sich gemäß Reaganschem Wahlversprechen sowohl nach innen als auch nach außen in einem “gestärkten” amerikanischen Selbstbewusstsein zeigen.<sup>372</sup> Diese Logik und Ronald Reagans Appell an den tief sitzenden, amerikanischen Patriotismus und Nationalismus sollten seinen überwältigenden Wahlsieg herbeiführen:<sup>373</sup> Der Präsidentschaftswahlsieg des Republikaners Ronald Reagan am 4. November 1980 mit 51,6 % der gültigen Wahlstimmen vor dem Demokraten Jimmy Carter mit 41,7 % und dem unabhängigen Kandidaten John Anderson mit 6,7 % muss jedoch vor dem Hintergrund zweier Charakteristika gesehen werden: Die Wahlbeteiligung, die seit 1960 konstant zurückgegangen war, hatte ihren Tiefpunkt seit 1948 erreicht, und Reagans republikanischer

---

<sup>365</sup> Kuhre, 62.

<sup>366</sup> Ebda., 60.

<sup>367</sup> Vgl. ebda., 60 ff.

<sup>368</sup> Ebda., 63.

<sup>369</sup> Vgl. ebda., 59: Robert Viguerie sollte mit seinem millionenschweren Unternehmen RAVCO zur perfekten Mobilisierung der AnhängerInnen der Neuen Christlichen Rechten beitragen. Mittels computerisierter Adressenlisten vermochte er Spendenaufrufe, Informationsbriefe usw. auf potenzielle Zielgruppen optimal zuzuschneiden und konservative Anliegen und Gruppen situationsspezifisch anzusprechen.

<sup>370</sup> Grünzweig, Maierhofer, and Wimmer, 16.

<sup>371</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 156, 303 ff.; vgl. Wersich, 633. Vgl. auch Gabriel and Lang, 46 zu einem Wirtschaftssystem, in dem erstmals die “(Aus)Wahlmöglichkeit des Konsumenten” zum Mittelpunkt wurde.

<sup>372</sup> Vgl. Reagans “Inaugural Address: 20 January 1981”. Siehe auch George Soros, “Die kapitalistische Bedrohung,” *Die Zeit* 17. Januar 1997, 6.

<sup>373</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 70s*. XI, wonach die Niederlage des Präsidenten Jimmy Carter repräsentativ für die Niederlage einer Politik, die von ökonomischem Realismus, begrenzter Haushaltsreform und Entspannungspolitik geprägt war, steht. Jimmy Carter ist damit das prominenteste Opfer in den 1970er-Jahren, das aufgrund der sozialen und wirtschaftlichen Veränderungen in einer globalen Welt auf die Grenzen der amerikanischen Innen- und Außenpolitik hingewiesen hatte, eine neue, realistisch-ideologische Wende Amerikas herbeiführen wollte und von der breiten Masse zurückgewiesen wurde. In einer Fernsehdebatte hatte Ronald Reagan an seinen Kontrahenten Jimmy Carter – stellvertretend für das amerikanische Volk – die Frage gestellt “Are you better off than you were four years ago?” und damit einen “unfairen” Wettbewerbsvorteil errungen. 2002 wurden die diplomatischen Fähigkeiten Jimmy Carters mit der Verleihung des Friedensnobelpreises honoriert.

Erdrutschsieg beruhte in großem Maße auf vormals “demokratischen” Wahlstimmen.<sup>374</sup> Viele ArbeiterInnen, die mit der Annahme von Bürgerrechtsanliegen oder mit dem sogenannten, von den Demokraten unterstützten Kulturliberalismus unzufrieden waren, waren Reagans populistischer Rhetorik verfallen:<sup>375</sup> Sein Versprechen, dass ihr Unternehmergeist durch die neue, angebotsorientierte Wirtschaftspolitik gefördert bzw. zunehmender Reichtum sich gemäß einer ‘trickle-down’-Logik auch auf die unteren Schichten auswirken würde, hatte jegliche Bedenken gegenüber der Republikanischen Partei, die traditionell die Anliegen der Reichen vertrat, vergessen lassen. Mit seiner idealisierten und propagierten Vision der ‘City upon a Hill’ hatte der “Große Kommunikator” erfolgreich an die nationale Ohnmacht, moralische Selbstzerfleischung und Ernüchterung der AmerikanerInnen zu appellieren vermocht.<sup>376</sup> Mit seinem Aufstieg vom ‘College-Absolventen’, ‘Radioreporter’, ‘(B-Movie)-Schauspieler’, ‘Präsidenten der Schauspielergewerkschaft’, ‘FBI-Agenten’, ‘Gouverneur von Kalifornien’ zum ‘Präsidenten der Vereinigten Staaten’ stand Ronald Reagan wie kein anderer für den amerikanischen Traum und dessen Machbarkeit.<sup>377</sup> Das sollten Grundlage und beste Voraussetzungen sein, um nach dem Marketingfachmann Sal Randazzo (in einer Zeit der Verunsicherung) gewählt zu werden: “. . . in order to get elected, [political candidates] must be perceived as appropriate Great Fathers [or Great Mothers] and at the same time espouse political views that are in synch with the country’s current values and sensibilities.”<sup>378</sup> Gegen eine Rhetorik, die soziale Erwartungen an eine bessere Zukunft zu wecken verstand, hatten sich die liberalen Demokraten und radikalen Linken mit ihrer nüchternen Situationsanalyse und Realpolitik nicht durchsetzen können. Ihre Warnungen vor den Folgen des Reaganschen Wirtschaftsprogramms – es würde die Armen ärmer und Reichen reicher machen – und vor Reagans Vision einer Nation, in der Minderheiten, sozial Benachteiligte und Menschen mit Behinderung ausgegrenzt sein würden, waren in den Wind geschlagen worden.

In den folgenden acht Jahren Präsidentschaft etablierte sich die politische Kultur des *Reaganism*, in der Wirtschaftsprobleme und auch soziale Probleme durch die Marktkräfte selbst korrigiert werden würden: “The new president tried to restore public confidence by emphasizing the virtues of American business and stressing the importance of the private sector over that of the public sector.”<sup>379</sup> Mit dem Glauben an den freien Markt versuchten Reagan und seine AnhängerInnen fortan alles, um den Einfluss der Bundesregierung auf die amerikanische Wirtschaft und auf das Leben der AmerikanerInnen zu schwächen, aber auch demgemäß die Notwendigkeit außenpolitischer Interventionen zu legitimieren.<sup>380</sup> Mit Reagans Wahl sollte das System der *Keynesian economics* gestürzt und die ‘Reagansche Revolution’ eingeleitet werden. Reagans Vision einer Nation würde darin wesentlich – wenn auch etwas weniger konservativ als es seine Agenda vorgesehen hatte – die wirtschaftlichen und politischen Geschicke in den 1980ern leiten.<sup>381</sup> Vor allem aber vermochten Reagan und seine Administration in der Zeit zwischen 1981 und 1989 einen tief gehenden Wandel in der Art und Weise, wie das amerikanische Volk über sich selbst und über die Welt denken würde, herbeizuführen:<sup>382</sup>

<sup>374</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 284.

<sup>375</sup> Vgl. auch Friedbachs Analyse der amerikanischen Arbeiterklasse, der es im Gegensatz zur europäischen am “Klassenbewusstsein” fehlte und welche sich zur Erfüllung ihres amerikanischen Traums auch immer an den großen (kapitalistischen) Parteien orientierte. (177–96)

<sup>376</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 285.

<sup>377</sup> Vgl. R. J. Ellis, “American National Identity and the Structure of Myth: Images of Reagan,” *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?*, ed. Gary Day (New York: St. Martin’s Press, 1990) 216–30.

<sup>378</sup> Randazzo, 155.

<sup>379</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 146.

<sup>380</sup> Vgl. ebda., 146 f.

<sup>381</sup> Vgl. Watkins, 185.

<sup>382</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 332.

. . . in the United States the politics of Reaganism has created powerful connections between how people become consumers and how they become citizens. [...] And what Reaganism understood all too clearly as the social promise of rising expectations articulated across consumer fields was misrecognized as just a matter of co-optation and embourgeoisement. [...] What [Antonio] Gramsci saw in the *riforma Gentile* was a promise of rising social expectations and greater power of citizen governance being simultaneously negated by new political limitations imposed on the positions promised: “we are really going back to a division into juridically fixed and crystallized estates.” And it doesn’t seem to me farfetched to recognize a very similar form of promise and negation at work in images of the freedom of a “market order,” as they appear throughout the field of consumer education inherited from the *riforma Reagan*.<sup>383</sup>

Wie sollte also eine ganze Nation von Bürgerinnen und Bürgern (in ihrem Selbstbild) zu Konsumentinnen und Konsumenten erzogen werden und den Freiheitsbegriff mit dem Recht auf eine “freie (Aus)Wahl” gleichsetzen? Grundlage von Reagans ungehemmtem Wirtschaftsliberalismus war der Sozialdarwinismus, welcher “den Wettbewerb als naturgewollt glorifiziert” und “staatliche Intervention” zugunsten einer “freien Entfaltung” der Individuen ablehnte<sup>384</sup> und als solcher zu den größten Wirtschaftsskandalen in der Geschichte der USA führen sollte.<sup>385</sup> “Versehen mit vulgär-religiösen Konnotationen, wird der Sozialdarwinismus nicht nur zur ideologischen Rechtfertigungsstrategie einer ungehemmten Kapitalwirtschaft, sondern er dient auch Eugenik und Rassenlehre als pseudowissenschaftliche Basis.”<sup>386</sup> Reagans Variante sozialdarwinistischen Denkens sollte sich gemäß Evan Watkins’ Analyse auf die “Notwendigkeit” von technologischer Innovation stützen und sich durch die Wettbewerbsfähigkeit im freien Marktsystem kontinuierlich selbst legitimieren.<sup>387</sup> Das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage würde sich im *Reaganism* nach Watkins insofern verändern, als durch das Anbieten immer “neuerer” Produkte und Dienstleistungen kontinuierlich Nachfrage geschaffen wird, wobei letztere das neue Angebot im Nachhinein legitimieren, das heißt re-naturalisieren würde.<sup>388</sup> Da von da an alles, was “neu” auf den Markt kam, von der Politik grundsätzlich als Fortschritt interpretiert und nach und nach auch von der breiten amerikanischen Bevölkerung als solcher wahrgenommen wurde,<sup>389</sup> begann sich ein hyperkonsumistischer Kreislauf von Innovation und Verschleiß zu etablieren. Legitimiert durch das freie Marktsystem und durch die Ansprüche der Konsumentinnen und Konsumenten selbst widersteht die hyperkonsumistische Angebots- und Nachfragespirale bis heute ihrer grundsätzlichen Infragestellung.

Dieser Wandel in der Denkweise der AmerikanerInnen war unter anderem das Ergebnis von Ronald Reagans Rhetorik, mit der er – als Präsident und ehemaliger Schauspieler –<sup>390</sup> die amerikanischen BürgerInnen begeisternd zu Konsumentinnen und Konsumenten erzog. Als Verfechter des freien Marktes erklärte Reagan die Möglichkeit der (Aus-)Wahl zum “natürlichen” Recht des Einzelnen, das allen zustehen würde: “An essential part of economic freedom is freedom to choose how to use our income: how much to spend on

<sup>383</sup> Watkins, 14.

<sup>384</sup> Vgl. Wersich, 667.

<sup>385</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 147: Die 1980er-Jahre waren von Skandalen geprägt, die sowohl hochrangige Regierungsmitglieder als auch prominente Wirtschaftstreibende betraf.

<sup>386</sup> Wersich, 667.

<sup>387</sup> Vgl. Watkins, 1–14 und meine weiteren Ausführungen zum *Reaganism* unter dem Eintrag REAGAN, RONALD in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre, die unter anderem auf Evan Watkins Erkenntnisse im Standardwerk *Throwaways: Work Culture and Consumer Education* gründen und *American Psycho* als brisantes Zeitdokument bestätigen.

<sup>388</sup> Vgl. ebda., 10–14.

<sup>389</sup> Vgl. ebda., 204 ff.

<sup>390</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, VIII f., wonach es bei Ronald Reagan mehr ums “Agieren als ob” (Schein) und weniger ums tatsächliche “Sein” ging.



ourselves and on what items: how much to save and in what form; how much to give away and to whom.”<sup>391</sup> Das Recht auf Wahl setzte Reagan dabei mit (individueller) Freiheit gleich, wobei die ökonomische Freiheit zugleich auch Ausdruck der eigenen politischen und kulturellen Freiheit sein würde. Individuelle Freiheit würde sich daher im Konsumieren – in der Möglichkeit (aus-)wählen zu können – und damit in einer freien Marktordnung manifestieren; Watkins:

[...] it's a matter of education for political citizenship, in that however oddly the intersections occur across these 'interests', there are intersections and not simply endless parallel lines through the field of differences. This education links the lessons of consumer culture and the lessons of political decision making across the social vision of freedom from constraints, of the endless mobilities of consumer choices.<sup>392</sup>

Mit seiner Rhetorik hatte es Reagan von Anfang an verstanden, die Hoffnung unzähliger AmerikanerInnen auf eine bessere Zukunft zu wecken und die Realisierung derselben zugleich auf eine rein ökonomische Ebene – auf die Ebene des Konsumierens – zu heben. Aufgrund der gegebenen Wahlmöglichkeiten am “freien Markt” würden sich nun alle AmerikanerInnen ihren “Lebensstil” selbst auswählen und damit ihren sozialen Aufstieg demonstrieren können.<sup>393</sup> Das Konsumieren war somit zum Selbstzweck geworden; die finanzielle Chancengleichheit für die Realisierung dieses Rechtes auf eine Wahl war in dieser Lebensphilosophie ideologisch vorausgesetzt.<sup>394</sup> Daneben wurde – mittels Berufung auf ein “natürliches” Recht – dem einzelnen Menschen zugleich die alleinige Verantwortung für seinen sozialen Erfolg übertragen. Mit der Verlegung des sozialen Aufstiegs auf die Ebene der Konsumentin bzw. des Konsumenten waren aber nach Watkins parallel “alte” Formen sozialer Diskriminierung – wie “Rasse”, soziale Klasse oder Geschlecht –, die einen gesellschaftlichen Aufstieg erschwerten, gezielt “verschleiert” und nicht behoben worden.<sup>395</sup>

Conservatism in its Reagan version, that is, learned to image itself across all these different sectors as offering people a chance to organize for and to build a society in which they could get what they felt they deserved, rather than simply a way to preserve an existent social structure in order to hold onto what they had.<sup>396</sup>

Mit dem Recht der AmerikanerInnen auf eine Wahl (ihrer Produkte) wurde zum einen der Übergang von der gemeinnützig ausgerichteten Keyneschen Nachkriegswirtschaft zur strikten Anti-Staatlichkeit der Reaganschen Regierung ideologisch gestützt;<sup>397</sup> zum anderen mutierte der Konsumismus dabei von einer ideologischen Waffe im Kalten Krieg zur ideologischen Waffe der Neuen Rechten. Damit die Freiheit der AmerikanerInnen – manifestiert in der Ausübung ihres Rechtes (aus-)zuwählen – gewährleistet sein konnte, musste die neue Wirtschaftspolitik dem Einzelnen mehr Wahlmöglichkeiten bieten. Reagans

<sup>391</sup> Milton and Rose Friedman, *Free to Choose: A Personal Statement* (New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1980) 65.

<sup>392</sup> Watkins, 171.

<sup>393</sup> Vgl. ebda., 47–52.

<sup>394</sup> Vgl. hierzu Stanley Lebergotts Auseinandersetzung mit dem Auto in der amerikanischen Konsumgeschichte des 20. Jahrhunderts in dem Standardwerk *Pursuing Happiness: American Consumers in the Twentieth Century* (Princeton: Princeton UP, 1993): Bestätigt vom Zusammenbruch des Kommunismus Ende der 1980er-Jahre betrachteten der Wirtschaftswissenschaftler und Verfechter des freien Marktes Lebergott gleich wie die Neuen Rechten eine konsumentenorientierte Marktwirtschaft als bestes Sozialsystem. Lebergotts rhetorische Argumentationslinie folgte dabei der Ronald Reagans, wonach der Mensch in der Dienstleistungsgesellschaft nicht mehr durch seine soziale Schicht, sondern durch seinen Lebensstil bestimmt würde. Er zitierte hierfür als Beispiel die breite Verfügbarkeit von Autos, die sich aufgrund der unterschiedlichen Preisklassen nun alle AmerikanerInnen finanziell leisten könnten, und wollte damit belegen, dass allen US-Bürgerinnen und Bürgern und damit jeder sozialen Schicht das Privileg der Mobilität zuteilgeworden war. Das Auto würde nach Lebergott die Freiheit der Konsumentin bzw. des Konsumenten symbolisieren, mobil und damit “unabhängig” vom Staat, in diesem Falle vom öffentlichen Verkehr zu sein. Nach Gabriel und Lang würde Lebergott dabei jedoch übersehen, dass nicht alle AmerikanerInnen von vorneherein die finanziellen Grundvoraussetzungen für diese Wahlmöglichkeit mitbringen. Weiter würde sich eine solche Einstellung über reale Begebenheiten wie Status oder Umweltverschmutzung hinwegsetzen und auf einen amerikanischen Individualismus und Egoismus pochen, der vom amerikanischen Ideal der individuellen Eigenverantwortung jedoch abgekoppelt ist. (15–16)

<sup>395</sup> Vgl. Watkins, 56–61.

<sup>396</sup> Ebda., 180.

<sup>397</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 43.

angebotsorientierte Wirtschafts- und Sozialpolitik zielte dabei auf die Inflationsbekämpfung<sup>398</sup> mittels Deflation und Deregulierung, da die Inflation – und nicht die Arbeitslosigkeit – als Ursache für die Blockierung einer “Marktordnung” angesehen wurde; “Ungleichgewichte”, welche – Reaganscher Rhetorik zufolge – durch die staatlichen Regulationsmechanismen, die Gewerkschaftsmacht und den Wohlfahrtsapparat entstanden waren und die potenzielle Produktivität der amerikanischen Wirtschaft untergraben hatten, mussten daher korrigiert werden.<sup>399</sup> Mit der von staatlicher wie von Gewerkschaftsseite getätigten Intervention am Markt würden nämlich, so die Reagansche Logik, die Freiheit des Individuums eingeschränkt (eine freie Wahl verwehrt) und zugleich den Konsumentinnen und Konsumenten Entscheidungen aufgedrängt werden, die einer freien Wahl widersprechen. Daher sollte sich die Gesellschaft durch den Markt selbst strukturieren und die Konsumentinnen und Konsumenten darin die größtmögliche Konsumwahlmöglichkeit erhalten.<sup>400</sup> Dieser Anspruch jedoch wurde bereits durch die wirtschaftliche Realität wie eine steigende Oligopolisierung von Märkten durch Fusionen und Übernahmen zwischen Unternehmen unterminiert.<sup>401</sup>

“The Republican Administration argued that regulations pertaining to the consumer, the workplace, and the environment were inefficient, paternalistic, and excessively expensive.”<sup>402</sup> Mit dieser Argumentationslinie konnte Reagan die Ziele seiner Deregulierungspolitik erweitern, die – wie bei seinem demokratischen Vorgänger – die Wirtschaft betrafen, sich aber insbesondere auf die Bereiche “Umwelt-, Verbraucher-, Arbeits- und Gesundheitsschutz”<sup>403</sup>, das heißt unter anderem auf Grundlagen des *Welfare State* richteten:<sup>404</sup> So setzte Reagan bereits zwei Tage nach seinem Amtsantritt unter seinem Vizepräsidenten George Bush ein Komitee ein, das sich mit der versprochenen Vereinfachung von staatlichen Regulierungen auseinandersetzte. Nach Prüfung des Programms und einer Kostennutzenanalyse durch den Chef der Haushaltsbehörde, David Stockman, sollten von da an die verschiedenen Gesetze in verkürztem Umfang jährlich durchgesetzt werden. Stockman selbst war in den 1970er-Jahren ein erbitterter Verfechter von rigorosen Steuerkürzungen, die an Kürzungen von Sozialleistungen gekoppelt waren, weswegen ihm 1981 die Entwicklung des Reaganschen Steuerreformpakets übertragen worden war.<sup>405</sup> Mit der Durchführung des bereits unter Carter beschlossenen *Air Transportation Act* (1978) wurde der Grundstein für die Deregulierung des Flugwesens gelegt; dem sollten weitere deregulierende Maßnahmen im Transport- und Energie- sowie im Kommunikations- und Fernmeldewesen folgen.<sup>406</sup> Reagan ernannte dabei immer wieder Mitglieder in seinen Kommissionen, die seiner Deregulierungspolitik und den Wirtschaftskreisen so wohl gesonnen waren, dass sie aufgrund ihres deregulierenden Eifers ihr Amt missbrauchten oder im ständigen Kreuzfeuer der Kritik stehen würden:<sup>407</sup> So sprach sich die Chefin der Bundesumweltschutzbehörde (EPA) Anne Gorsuch Burford *gegen* viele Umweltauflagen aus und ließ straffällige UmweltsünderInnen nur nachlässig verfolgen. Auch der Innenminister bis 1983, James Watt, sollte Umweltauflagen kontinuierlich

---

<sup>398</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 152: Die Inflation in den USA sank von 13,5 % unter Carter (1980) auf 3,2 % im Jahr 1983 und stieg im Jahr 1985 wieder auf 3,6 % an.

<sup>399</sup> Watkins, 178 f.

<sup>400</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 43.

<sup>401</sup> Vgl. auch ebda., 42: 1970 besaßen 333 Unternehmen mit einem Vermögen von über 500 Mio. US-Dollar 70 % des gesamten amerikanischen Anlagevermögens für die Warenproduktion. Nach Angaben der Vereinten Nationen kontrollierten 1990 die 500 größten Unternehmen der Welt mehr als die Hälfte des Welthandels; sie beschäftigten allerdings nur 0,05 % der Weltbevölkerung.

<sup>402</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 150.

<sup>403</sup> Wersich, 227.

<sup>404</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 150 ff., 306 und Wersich, 226 ff.

<sup>405</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 146, 165.

<sup>406</sup> Vgl. ebda., 150 ff., 306.

<sup>407</sup> Ebda., 306 und vgl. Wersich, 257.

lockern und nationales Land an private Unternehmen vergeben, weiter “die gängige Praxis beenden, dass wasserrechtliche Angelegenheiten automatisch in die Zuständigkeit des Staates fallen [und] sprach sich gegen die Erhöhung von Weidegebühren aus”; er verpachtete ‘a billion acres’ an öffentlichem Land zur Erforschung von *offshore*-Erdöl- und Benzin-Vorhaben und reduzierte Beschränkungen für den Tagebau.<sup>408</sup> Daneben wurden Personal und Budget für die Überprüfung der Einhaltung der Umweltschutzbestimmungen gekürzt. Davon betroffen waren auch die Bundesverwaltung für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz (OSHA = *Occupation Safety and Health Administration*) und die Bundesaufsichtsbehörde für Produktsicherheit (CPA = *Consumer Product Safety Commission*).<sup>409</sup> Auch die Schwerpunkte laufender und öffentlich finanzierter Konsumentenschutzkampagnen sollten zugunsten der Privatwirtschaft verändert werden: Die *Airbag*-Kampagne, die von der Versicherungsindustrie unterstützt worden war, wurde durch eine Sicherheitsgurten-Kampagne der Autoindustrie ersetzt. Die Lebensmittelbehörde stoppte ihre Kampagne gegen den Verzehr von Lebensmitteln mit krebserregenden Stoffen und trat dafür ein, Lebensmittel zuzulassen, die auch ein geringes Krebsrisiko enthielten.<sup>410</sup> Die Beispiele zeigen, wie durch die Reagansche Regierungspolitik die Profitinteressen der Wirtschaft durchgesetzt wurden und das Eindringen des Spätkapitalismus in alle Lebensbereiche gefördert wurde. So war Ronald Reagan als Vertreter eines uneingeschränkten freien Marktmechanismus zwar ein Befürworter des Verbraucherschutzes, allerdings leitete er den Paradigmenwechsel ganz im Sinne der Neuen Rechten ein, dass alleinig der freie Markt die Konsumentinnen und Konsumenten (be)schützen könne und eine staatliche Intervention abzulehnen sei. Bereits als Gouverneur von Kalifornien hatte Reagan seine BürgerInnen Ende der 1960er-Jahre angewiesen, sich bei Kaufentscheidungen auf die Gebrauchsanweisungen der Hersteller und nicht auf die Berichte der Verbraucherorganisationen zu stützen.<sup>411</sup> Dennoch sollte Reagan in den vielen, radikalen Verbraucherorganisationen wie den “Nader’s Raiders” nach dem Vorbild Ralph Naders unerwartet starke GegnerInnen haben,<sup>412</sup> deren kontinuierliche Berichterstattung und Kritiken letztendlich bewirkten, dass in den 1980er-Jahren – trotz heftigem Widerstand von Seiten der Republikaner – der Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten auf allen Regierungsebenen gesetzgeberisch verankert wurde.

Auch die Sozialversicherungsprogramme sollten zu einer Frage der Konsumentwahl werden und ein freier Markt würde nach Reagan wiederum das beste soziale System bieten. Somit ging es bei der deregulierenden, restriktiven Sozialpolitik nicht um die Abschaffung von Wohlfahrt, sondern – laut Reaganscher Rhetorik – um einen “freien” und gleichzeitig nachvollziehbaren (kontrollierbaren) Zugang zu ihr.<sup>413</sup> Mit den lokalen und nationalen Wohlfahrtsdiensten wäre gemäß der Logik der Neuen Rechten die Gefahr einer “Monopolisierung” verschiedener Dienstleistungen im Sozial- und Bildungsbereich gegeben, was zwar Einsparungen durch erhöhte Produktivität bieten, eine freie Wahl für die Konsumentin und den Konsumenten jedoch beeinträchtigen würde.<sup>414</sup> Diese Argumentation sollte zur Einführung eines Gutscheinsystems führen, in dem die angebotenen Wohlfahrtsdienste “individuell” per Gutschein ausgewählt werden konnten.<sup>415</sup> Die WohlfahrtsempfängerInnen wurden in diesem Prozess zu Konsumentinnen und Konsumenten (gemacht), als solche durften sie sich das “Beste” – ob das nun das

---

<sup>408</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 151, 168.

<sup>409</sup> Ebda., 306.

<sup>410</sup> Ebda.

<sup>411</sup> Gabriel and Lang, 127.

<sup>412</sup> Vgl. Wersich, 255, 257.

<sup>413</sup> Gabriel and Lang, 43 zum Konzept der “Wahl” aus Sicht der Neuen Rechten.

<sup>414</sup> Ebda.

<sup>415</sup> Vgl. ebda., 44.

Günstigste oder das qualitativ Hochstehendste war – Dienstleistungsangebot “auswählen”. Mit der Rechtfertigung einer sogenannten “ökonomischen” Maximierung der Konsummöglichkeiten (= Wahlfreiheit) vermochte Reagan also einschneidende Gesetzesmaßnahmen und Kürzungen durchzusetzen und Millionen von Amerikanerinnen und Amerikanern zu einer Zeit, in der der Staat grundlegende soziale Sicherheit und Unterstützung bot, prinzipiell die Lebensgrundlage zu entziehen.<sup>416</sup> Parallel jedoch explodierten mit der Maximierung der Wahlmöglichkeiten die Kosten für den Verwaltungsaufwand im Sozialbereich, was in der Folge kontinuierlich zum Haushaltsdefizit beitragen würde.<sup>417</sup>

Nach diesem Schema wurden auch das amerikanische Bildungssystem angegriffen und Kürzungen bei Studienstipendien und dem Lehrpersonal vorgenommen. Weiters wurde das pluralistische, feministische wie minderheitenfreundliche Lehrangebot, welches sich mit dem Fokus auf eine multikulturelle (Aus-)Bildung seit den 1960ern entwickelt hatte, dem klassischen Lehrplan gegenübergestellt und in Frage gestellt. Das sollte langfristig dazu führen, dass das Bildungsangebot kleiner und die Lehrqualität an den öffentlichen Schulen für die Mehrheit der AmerikanerInnen schlechter wurden, wobei private Institutionen – Garanten für eine gute Ausbildung – für Minderbemittelte aber schwer zugänglich blieben.<sup>418</sup>

Mit der Verschiebung der politischen Kultur auf die Ebene des freien Marktes wurden viele öffentliche Bereiche entgegen ihren Funktionsmechanismen einem Marktmechanismus unterworfen und dadurch bis in ihre Grundstrukturen verändert. Mit der zerbröckelnden sozialen Infrastruktur wurden viele AmerikanerInnen an den Rand ihres Existenzminimums gedrängt. Dabei traf es vor allem jene sozial Benachteiligten, die bereits von den Auswirkungen der Deindustrialisierung oder des Wirtschaftsumstrukturierungsprozesses betroffen waren und mit Reagans Kürzungen der Sozialausgaben (weiter) verarmten.<sup>419</sup> Entgegen Reagans Rhetorik einer “freien” Entfaltung sollte Reagans Sozialpolitik als “Gesellschaftspolitik” letztendlich mit der Verarmung von Amerikas Mittelschicht und einer finanziellen bzw. gesetzlichen Einflussnahme des Staates zu einer neuen Form von Abhängigkeit (der BürgerInnen als Konsumentinnen und Konsumenten) in dem nun konsumentenorientierten Sozialsystem führen: “The radical unfreedom of welfare recipients is but an extreme demonstration of a more general regulatory principle, which underlies the vitality of the consumer-led social system.”<sup>420</sup> Nach dem polnisch-britischen Soziologen und Philosophen Zygmunt Bauman in dem vielbeachteten Werk *Freedom* würden diese “neuen” Armen aufgrund der Reaganschen Rhetorik allerdings nicht mehr über ihr Nettoeinkommen, sondern über ihren Mangel an Wahlmöglichkeit und ihre (darauffolgende) Abhängigkeit vom staatlichen Angebot definiert werden: Die “neuen” Armen in den 1980er-Jahren würden sich selbst mehr und mehr als chancenlose oder “mit Mangel behaftete” Konsumentinnen und Konsumenten (*flawed consumers*) wahrnehmen und als solche auch von der Gesellschaft wahrgenommen und verurteilt werden.<sup>421</sup> Die wahren Ursachen für ihre Chancenlosigkeit am freien Markt jedoch – nämlich Diskriminierung aufgrund von “Rasse”, Klasse und Geschlecht gerade durch die Reagansche Regierungspolitik – würden damit unangetastet bleiben.<sup>422</sup>

---

<sup>416</sup> Vgl. ebda., 24 und Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 152 ff.

<sup>417</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 44: Die Verwaltungskosten des Gesundheitssystems machten Anfang der 1990er 13,5 % des Bruttoinlandsproduktes (BIP) der USA aus.

<sup>418</sup> Vgl. Watkins, 188–97. Vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, VIII, X. Vgl. auch Allan Blooms konservativen Bestseller *The Closing of the American Mind: How Higher Education Has Failed Democracy and Impoverished the Soul of Today's Students* (New York: Simon & Schuster, 1987).

<sup>419</sup> Vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 152.

<sup>420</sup> Zygmunt Bauman, *Freedom* (Philadelphia: Open UP, 1988) 69.

<sup>421</sup> Ebda., 69 ff., 185–87.

<sup>422</sup> Vgl. hierzu Evan Watkins Weiterführung dieses Gedankens in seiner Analyse zur technoideologischen Kodierung und darauffolgenden Erziehung der USA in Richtung Wegwerfgesellschaft.

'Different positions' indeed can 'recognize themselves' in *this process of structuration*, which again doesn't imply "society" as a sutured and self-defined totality" of fixed positions, but does focus attention on the discursive productivities of social structuration across very different positional interests.<sup>423</sup>

Reagans Plädoyer für eine "freie" Konsumwahl hatte sich somit nicht nur für Millionen von Amerikanerinnen und Amerikanern als Illusion erwiesen, sondern – wie alle Illusionen – auch einem neuen sozialen Kontrollmechanismus gedient: Denn es blieben nur die an der Macht, die finanziell "frei" waren. Da die "neuen" Armen für ihren Lebensunterhalt wiederum vom Staat abhängig waren, konnten sie weder die Art ihres Lebensunterhalts frei wählen noch das (propagierte) Recht der Konsumwahl in Anspruch nehmen, sondern wurden – im Gegenteil – durch diesen Unterdrückungsmechanismus kontrollierbar.<sup>424</sup> Im Gegenzug hatte der Reagansche Restrukturierungsprozess zur Stärkung der sozialen und finanziellen Machtposition der reichen WASP-Bevölkerung sowie der großen Unternehmen geführt:<sup>425</sup> Die damit einhergegangene Wohlstandskonzentration dürfte die zugenommene Kluft zwischen Reich und Arm belegen: So kontrollierten 1993 die reichsten 1 % fast 1/3 (30,4 %) des Nationalvermögens, weitere 9 % der Bevölkerung hielten ein weiteres Drittel (36,8 %); wobei beide zusammen 10 % der amerikanischen Bevölkerung ergaben. Die restlichen 90 % der amerikanischen Bevölkerung besaßen das letzte Drittel, sprich 32,8 % des Nationalvermögens.<sup>426</sup> Mit der gleichzeitigen Einbindung in den internationalen Wettbewerb hatte die Reagansche Regierungspolitik gemäß der Einteilung des renommierten Investigativjournalistenteams Donald L. Barlett und James B. Steele zu einer extremen Verschiebung zwischen 'have-mores' und 'have-lesses' geführt.<sup>427</sup> Amerika würde das neue Jahrhundert – wie ein Jahrhundert zuvor – mit einer radikal polarisierten Zweiklassengesellschaft betreten:<sup>428</sup>

The 1990s has been marked by the unpleasant discovery of a whole new set of fault lines running through American society, superimposed on the familiar ones of race, religion and ethnicity. [...] The common thread here is *class*, another issue that supposedly was put to rest in America two generations ago. The upper class, which no one expected to recover from its betrayal by Franklin Roosevelt, has risen again, but in a different form, consisting of a self-perpetuating elite of managers, professionals and marginal hangers – on such as journalists and artists. [...] white wine and aerobics aren't just neutral choices about lifestyles, but essential badges of privilege in contemporary America. [...] Having arranged for their own convenience, the privileged class is now busily siphoning off an increasing share of the national wealth. They use it not to advance the

---

<sup>423</sup> Watkins, 171.

<sup>424</sup> Bauman, 70.

<sup>425</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 152: Nutznießende der Reaganschen Regierungspolitik waren die "oberen" 20 % der amerikanischen Bevölkerung: 1980 hatten die USA 574.000 Millionäre, 1988 waren es 1,3 Millionen. Ein der Inflation angepasster Vergleichswert von 1972 zeigt 180.000 Millionäre.

<sup>426</sup> Vgl. Donald L. Barlett and James B. Steele, *America: Who Stole The Dream?* (Kansas City: Andrews and McMeel, 1996) 15. Es ist das fünfte Buch in einer Serie über die USA, die die beiden amerikanischen Journalisten im Jahr 2000 zu Preisträgern des renommierten *Goldsmith Prize for Investigative Reporting* machte.

<sup>427</sup> Barlett and Steele, xi f., 1 ff.: Barlett und Steele haben bei ihren Ausführungen für das Jahr 1993 die Mittelklasse als "arbeitende Einzelne und Familien mit einer Steuererklärung, die einen Bruttolohn zwischen 20000 und 75000 US-Dollar angab" festgelegt (und an die unterschiedlichen Lebenskosten in den einzelnen Bundesstaaten und an die Größe der Familie angepasst). Der Wert von 75000 US-\$ hat sich daraus als Einkommensmesswert für die grob festgelegte und durchaus fließende Grenze zwischen den *have-mores* und *have-lesses* der neuen ökonomischen Ordnung ergeben. Die *have-mores*, Menschen mit einem Einkommen über 75000 US-\$ können dabei in drei Gruppen angegeben werden: die, die am oberen Ende der Einkommensleiter immer mehr Reichtum anhäufen; die, die finanziell etwas darunter liegend ein sehr komfortables Leben führen und die, die am Ende dieser Einkommensleiter um die Beibehaltung ihres Lebensstils kämpfen. Die *have-lesses*, Menschen mit einem Einkommen unter 75000 US-\$, bilden vier Gruppen: Die, denen es so gut geht, dass sie allen ihren Verpflichtungen nachkommen können und ein wenig mehr haben; die, deren Einkommen aufgrund von Entlassung und erzwungenem Arbeitsplatzwechsel gesunken ist; die, die die ökonomische Leiter in der Vergangenheit hinaufgeklettert wären, aber unter den heutigen Wirtschaftsbedingungen blockiert sind und eine immer größere Unterklasse, für die es weder eine Möglichkeit des sozialen Aufstiegs noch Hoffnung gibt. (6–7)

<sup>428</sup> Vgl. Steven Waldman, "What is an American?" *Newsweek* 10 July 1995: 16–23.

general welfare, but to erect ever more barriers between them and the kind of people for whom 'oil' brings to mind 'Quaker State' rather than 'extra-virgin olive.'<sup>429</sup>

Ironischerweise war der amerikanische Traum dieser neuen, wohlhabenden Schicht in ihren neuen Heimen, sog. Hochsicherheitsburgen mit ausgeklügelten Überwachungssystemen zur Abschottung ihres Wohlstandes und Konsums, verkörpert – geschützt vor den “neuen” Armen sozusagen.<sup>430</sup> Im Gegensatz zu den reichen Kapitalisten um die Jahrhundertwende würden sich die ‘have mores’ dieser neuen Klasse nicht mehr in die Gemeinschaft integrieren, sondern sich vom Rest der Bevölkerung isolieren.

Ausschlaggebend für den tiefgreifenden sozioökonomischen Wandel – von einer Industriegesellschaft mit einer starken Mittelschicht zu einer Dienstleistungsgesellschaft mit einer zunehmenden Kluft zwischen Arm und Reich – waren allerdings der Markt selbst und das spezifische Einwirken des *Reaganism* darauf. Der Markt war Anfang der 1980er-Jahre von einer großen Unternehmensrestrukturierung, von einer Neuorganisation des Managements, von einer Restrukturierung der Arbeitsplätze und -verhältnisse in Form neuer Vertragsformen, von der Entwicklung und vom Einsatz neuer Technologien und Anwerbungsmuster in einer globalen Wirtschaft betroffen.<sup>431</sup> Darin forcierten die Anreize von Reagans deregulierender und angebotsorientierter Wirtschafts- und Steuerpolitik den langjährigen Wirtschaftsumstrukturierungstrend in Richtung Dienstleistungswirtschaft; seine neokonservative Rhetorik lieferte hierbei die Legitimation, dass US-amerikanische Unternehmen restrukturiert, die USA technologisch modernisiert und der sich entwickelnde Dienstleistungssektor ausgebaut werden mussten<sup>432</sup>. Reagans Regierungspolitik sollte parallel hierzu auch die seit dem Zweiten Weltkrieg anhaltende Wohlstandsentwicklung einer breiten Mittelschicht zugunsten der reichsten Bevölkerungsschicht Amerikas und eines ungehemmten Unternehmenskapitalismus – sichtbar an den großen multinationalen Fusionen – umkehren. Die politische Kultur des Reaganism wiederum festigte die durch die breite Wohlstandsentwicklung ins Wanken geratene, traditionelle Vormachtstellung der WASP-Schicht gleich wie die einer neuen, kleinen verbürgerlichten Gruppe von “Minderheiten” und legitimierte zugleich die steigende Zahl der lobbyistischen Unternehmensvertretungen im Weißen Haus. So begann sich in den 1980er-Jahren der Usus vieler amerikanischer Unternehmen aber auch der von ausländischen Regierungen zu etablieren, sich frühere Regierungsmitglieder als hochbezahlte Berater zu engagieren: Durch ihr Insiderwissen und ihre Regierungsbeziehungen boten diese Berater eine besonders effiziente Vertretung von Wirtschaftsinteressen in Washington.<sup>433</sup> Diese Entwicklung hat bis heute feststellbar zu einem enormen Einfluss auf Regierungsentscheidungen geführt. Im Gegenzug dazu wurden die Interessensvertretungen der sozial Schwächeren geschwächt oder gar eliminiert: So wurde vor allem die seit den 1930er-Jahren zwischen Arbeiterinnen und Arbeitern und Unternehmen bestehende Pufferwirkung der Gewerkschaften durch den Regierungseinfluss und die sinkende Produktivität der Unternehmen wesentlich demontiert.<sup>434</sup> Hatten sich die Gewerkschaften bis dahin erfolgreich für höhere Arbeitslöhne und soziale Sicherheiten eingesetzt (was nicht unwesentlich zur breiten – auch ArbeiterInnen beinhaltenden – Mittelschicht in den 1950er- und 1960er-Jahren beigetragen hatte), bestand ihre Arbeit in den 1980er-Jahren darin, Arbeitsplätze und Mindestlöhne zu sichern.<sup>435</sup> Außerdem sank aufgrund der harten Regierungspolitik – Reagan entließ illegal

<sup>429</sup> Jerry Adler, "Sweet Land Of Liberties," *Newsweek* 10 July 1995: 9 ff.

<sup>430</sup> Vgl. Mike Davis, *City of Quartz* (New York: Vintage, 1992) 223 ff. Vgl. Barlett and Steele, 12–13.

<sup>431</sup> Vgl. Watkins, 29 f. und Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 303–7.

<sup>432</sup> Watkins, 6.

<sup>433</sup> Barlett and Steele, 19; vgl. auch Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 301 f.

<sup>434</sup> Barlett and Steele, 18; vgl. auch Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 148–52.

<sup>435</sup> Barlett and Steele, 19.

streikende ArbeiterInnen der *Professional Air Traffic Controller's Organization* (PATCO), deren Präsident ihn im Wahlkampf unterstützt hatte, demonstrativ<sup>436</sup> – die Zahl der Gewerkschaftsmitglieder drastisch, gleich wie es die Zahl der jährlichen Streiks zugunsten besserer Arbeitsbedingungen tat.<sup>437</sup> Durch die geschwächte Gewerkschaftsvertretung einerseits und die deregulierende Regierungspolitik andererseits senkten viele Industriebetriebe die vormals gesetzlich vorgeschriebenen Löhne zugunsten von mehr (globaler) Wettbewerbsfähigkeit durch billigere Produkte.<sup>438</sup>

The man who had promised a return to old values actually sped up the process of modernization at all levels. The man who had started out by addressing the USSR the evil empire, completed his presidency with a most dramatic rapprochement with the Soviets. Reagan, undeniably the most dominant figure in the public life of the American eighties, was a symbol charged with many surprises, representing the paradoxes and contradictions of the decade.<sup>439</sup>

Reagans Regierungsschwerpunkt lag von Anfang an weniger bei der Durchsetzung konservativer, "moralischer" Anliegen; vielmehr ging es dem Präsidenten um die Durchsetzung seines konservativen, angebotsorientierten Wirtschafts- und Steuerprogramms, popularisiert unter dem Begriff 'Reaganomics'. So sah Reagans Anfang der 1980er-Jahre propagierte Version eines *New Federalism* den totalen Staatsabbau (vor allem im sozialen Bereich) mittels radikaler Dezentralisierung und Entzug der bundesstaatlichen Finanzierung vor:<sup>440</sup> Durch "massive Steuersenkungen" für Reiche und Unternehmen und den gleichzeitigen "Abbau investitionsheimmender Vorschriften auf der Grundlage wirtschaftlicher Anreize (*incentives*)" sollte ein neues Wirtschaftswachstum herbeigeführt werden,<sup>441</sup> in dem sich amerikanischer Wohlstand mittels einer solchen 'trickle down'-Logik in Form von mehr Arbeitsplätzen und höheren Löhnen auch auf die Mittelschicht und Arbeiterklasse auswirken und zeigen sollte; die dadurch verloren gegangenen Einnahmen sollten parallel durch die starken Kürzungen vor allem im Sozialsystem ausgeglichen werden. Reagans *New Federalism* wäre immens strukturverändernd gewesen, weswegen der Kongress – als letzter Interessensverbund einer Demokratie (für alle) – weitgehend *gegen* das von Reagan vorgesehene Ausmaß an Haushaltskürzungen im Bereich Soziales stimmte.<sup>442</sup> (Und das war ein Grund, warum das neokonservative Reagansche Wirtschaftsprogramm dann nicht – so wie vorgesehen – "funktionierte".) In den gesetzlichen Steuerreformen von 1981 und (ihren Nachkorrekturen) 1986 wurden die Einkommenssteuersätze auf Höchsteinkommen, also für wohlhabende Private und Unternehmen, *maximal* und solche auf Durchschnittseinkommen *minimal* gesenkt: Das bedeutete bei den Höchsteinkommenssteuersätzen, die sich auf 50 % bei verdientem Einkommen (Löhne und Gehälter) und 70 % bei nicht verdientem Einkommen (wie beispielsweise bei Investitionen) belaufen hatten, ein Senken des Steuersatzes von 37,5 % auf das Gesamteinkommen; bei niedrigeren Einkommenssteuersätzen waren die Kürzungen schmaler. Damit sollte – theoretisch – Geld für Spareinlagen und Investitionen freigesetzt werden.<sup>443</sup> Der *Recovery Tax Act* von 1981 sollte vor allem die entwicklungsfähige Bankindustrie unterstützen und zugleich Spekulationen stimulieren. Neben den Steuerreduktionen und Kürzungen bei

<sup>436</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 304.

<sup>437</sup> Barlett and Steele, 18 ff.: Die Mitgliederzahl der nichtlandwirtschaftlichen ArbeiterInnen sank von 35 % im Jahr 1955 auf 17,5 % im Jahr 1986 und stagnierte bei 12 % Ende der 1980er-Jahre. Die Anzahl der Streiks pro Jahr rangierte in den 1970ern bei 289, ging in den 1980ern auf 83 und in den 1990ern auf 38 zurück.

<sup>438</sup> Vgl. ebda., 21–26.

<sup>439</sup> Grünzweig, Maierhofer, and Wimmer 16.

<sup>440</sup> Vgl. Reagans Ausführungen zum *New Federalism* in seiner Regierungsansprache am 20. Januar 1981 in *Actor, Ideologue, Politician: The Public Speeches of Ronald Reagan* (S. 199 ff.).

<sup>441</sup> Wersich, 632.

<sup>442</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 303 ff.

<sup>443</sup> Vgl. ebda., 304, 154 f.

Bundesausgaben sah das Gesetz Beihilfen für Unternehmen mit eingeschränkter Kaufkraft vor, wodurch der Cashflow schneller ansteigen sollte als die Einnahmen, welche dadurch jedoch weniger in Aktiendividenden umgelegt wurden. Das führte dazu, dass die Unternehmen sich viel Geld liehen (und dadurch verschuldeten) oder Ziel von Spekulationen wurden;<sup>444</sup> mit dem Vermögen von übernommenen Firmen wurden dann die Schulden für die Übernahme selbst beglichen. Viele der Spekulanten der 1980er waren ganz nebenbei auch Spendenbeschaffer der republikanischen Partei.<sup>445</sup> Das Senken der Einkommenssteuersätze sollte dabei durchaus neue Energien im privaten Sektor entfesseln, allerdings wuchs die amerikanische Wirtschaft zu langsam, um die parallelen staatlichen Einnahmeverluste auszugleichen. Weiters erhielten die vorgesehenen Kürzungen bei den Sozialleistungen keine Mehrheit im Kongress. Zudem hatte die amerikanische Notenbank ihre knappe Geldpolitik trotz der ersten Steuerkürzungen beibehalten, was unvereinbare Maßnahmen waren.<sup>446</sup> Das Bruttosozialprodukt (BSP) war rapide gesunken, die Arbeitslosigkeit wesentlich angewachsen; nur die Inflationsrate war eingebremst. Das sollte Amerikas Wirtschaft 1982 in die zweitiefste Rezession ihrer Geschichte führen, wobei Reagans Haushaltsdefizit – entgegen seinem Wahlversprechen – im Vergleich zu Carters um ein Dreifaches höher und 1982 auf rund 40 Mrd. US-Dollar angewachsen war.<sup>447</sup> Die gleichzeitig von Reagan durchgesetzte Erhöhung der Verteidigungsausgaben in den folgenden fünf Jahren sollte das Haushaltsdefizit noch zusätzlich um ein Wesentliches vergrößern und das *Gramm-Rudman* Gesetz von 1985 bewirken.<sup>448</sup> Dieses sah eine gezielte Verringerung des Staatsdefizits vor, und zwar durch jährliche, unterschiedlich hohe Beitragskürzungen bzw. durch Kürzungen in allen Bundesprogrammen mit Ausnahme der Sozialhilfe und anderer öffentlicher Interessensbereiche. Obwohl weitere Einschränkungen das Gesetz in seiner Effizienz schwächten, sollte Reagans Verteidigungsbudget 1987 erstmals dadurch stark gekürzt werden.<sup>449</sup> Trotz steigender Divergenz zwischen Ausgaben und Einnahmen begann die US-Regierung neben der Verteidigung vorbildlich in neue Technologien zu investieren und lieh sich dabei das Geld von Banken und vom Ausland:

The hallmark of free market theory, the doctrine of comparative advantage, holds that in a global economy nations should specialize in doing what they do best. This would maximize the positive effects of competitions.<sup>450</sup>

So sah die Reagansche Administration in der Finanz- und Computerwirtschaft diejenigen Wirtschaftszweige, die Amerika aus der wirtschaftlichen Misere heraus- und in einen globalen Wettbewerb hineinführen würden.<sup>451</sup> Im Gegensatz zur Schwerindustrie (diese war als Teil der Militärindustrie Grundlage für den Nachkriegswohlstand gewesen)<sup>452</sup> und ihrem Deindustrialisierungstrend bildeten diese beiden Bereiche zusammen mit der neu entstehenden Informations- und Kommunikationsindustrie ein großes, entwicklungsfähiges Unternehmenspotenzial. Dieser Umstand sollte einerseits die Schwächen der Schwerindustrie und die mangelnden Regierungsinvestitionen erklären sowie andererseits die Regierungspolitik und ihre Ausrichtung auf das Kapital mittels Deflation und Deregulierung rechtfertigen. In diesem Prozess wurden die stagnierenden Löhne der unteren und mittleren Einkommensschichten aber kaum berücksichtigt. Eine Umschulung oder eine marktgerechte, das heißt an die neue

---

<sup>444</sup> Ebda., 154 f.

<sup>445</sup> Ebda.

<sup>446</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 304.

<sup>447</sup> Ebda.

<sup>448</sup> Vgl. ebda., 305.

<sup>449</sup> Ebda.

<sup>450</sup> Vgl. ebda., 154.

<sup>451</sup> Vgl. ebda., 152 f., 155 f.

<sup>452</sup> Barlett and Steele, 54, 114–21.



Dienstleistungswirtschaft angepasste Ausbildung war mit der Deregulierung jedoch von Beginn an an den Markt abgegeben worden.<sup>453</sup>

Ein erster "Erfolg" der Reaganschen Regierungspolitik sollte sich in einem Wirtschaftsaufschwung ab 1983 bemerkbar machen:<sup>454</sup> Mit dem Eindämmen der Inflationsrate waren auch die Regierungsausgaben durch Kürzungen bei den Sozialausgaben und durch Personalabbau bei Aufsichtsbehörden massiv verringert worden.<sup>455</sup> Das Bruttosozialprodukt stieg um 4 % und 1984 um weitere 7 %, die Arbeitslosigkeit begann rapide von 11 % Anfang 1983 auf 7,55 % im Jahr 1984 zu sinken und das persönliche Realeinkommen langsam zu steigen, wobei es nichtsdestoweniger unter dem Nettoniveau von 1978 blieb:<sup>456</sup> Dem schwachen Lohnwachstum stand ein starkes Wachstum des so genannten arbeitslosen Einkommens (Kapitaleinkommens) in Form von Renten, Dividenden, Kapitalgewinnen und Zinsen gegenüber. Amerika begann einen steigenden Wohlstand zu erleben, der allerdings ob des anhaltenden und -steigenden Staatsdefizits (wegen der unzureichenden Einnahmen für einen ausgeglichenen Staatshaushalt) von einer zunehmenden Auslandsverschuldung begleitet war. Trotzdem ermutigte die nationale Wirtschaftspolitik und darin beispielgebend das Präsidentenpaar zu einer unmäßigen Verbrauchermentalität, wobei Nancy und Ronald Reagan gleich zu Beginn der 1980er-Jahre, als Amerika in der Rezession steckte, das neue Konsumethos signalisiert hatten. So kostete die Antrittsfeier des Präsidenten 11 Mio. US-Dollar, bei der allein das Kleid der First Lady am Eröffnungsballet einen Wert von 25 000 US-Dollar hatte;<sup>457</sup> weiter richtete Nancy Reagan das Weiße Haus nach ihrem Einzug "neu" ein und gab für neues Porzellan über 200 000 US-Dollar, die sie hierfür gesammelt hatte, aus und rechtfertigte dies mit der grotesken Aussage "The White House really badly, badly needs china".<sup>458</sup> Meinungsumfragen während der Amtszeit sollten dann auch eine unpopuläre First Lady widerspiegeln, die für die Nöte der Armen und Benachteiligten wenig Verständnis zeigte und viel zu großen Wert auf Äußeres und Eleganz legte.<sup>459</sup> Auch Reagans Rhetorik sollte zu diesem neuen Konsumethos beitragen, indem er vorab alte moralische, puritanische Bedenken und damit auch die Lebensphilosophie der 1970er-Jahre – 'small is beautiful' – ausgeräumt hatte.<sup>460</sup> Die einzigen Grenzen, die den Amerikanerinnen und Amerikanern auferlegt sein würden, hätten – so Reagan – sich diese selbst

<sup>453</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 152–57 und vgl. Barlett and Steele, 21–37.

<sup>454</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 306 ff.

<sup>455</sup> Vgl. ebda., 305: Im Zeitraum von 1979 bis 1981 waren die Regierungskosten um 15–17 % angewachsen. Zwischen 1981 und 1984 sank die Steigerungsrate von 10 % auf 5 %.

<sup>456</sup> Ebda., 306. Vgl. Lester Thurow, *Head to Head: The Coming Economic Battle among Japan, Europe, and America* (New York: Warner Books, 1993): In seinem Buch belegt Thurow, dass zwischen 1978 und 1988 in den USA für 7,5 Mio. Männer zwar neue Arbeitsplätze geschaffen wurden, aber 18,4 Mio. Männer Jobs mit Löhnen hatten, die unter dem Niveau von 1978 lagen. Auf einer Nettogrundlage waren alle neuen Arbeitsplätze unterdurchschnittlich bezahlt. Das Durchschnittseinkommen der Frauen hingegen war von 43 % auf 54 % des Durchschnittseinkommens ihrer männlichen Kollegen angestiegen. Trotzdem verdienten aber 2/3 aller männlichen wie weiblichen Arbeiter 1988 weniger als 1978. (163 f.) So seien zwischen 1973 und 1990 die realen Stundenlöhne für ArbeiterInnen in nichtleitenden Positionen – sie machten 2/3 aller US-Arbeitskräfte aus – um 12 % und die realen Wochenlöhne um 18 % gefallen. (53). Brucoli and Layman, *AD 80s*: Im Gegensatz zu den 40 % neu geschaffenen und hochbezahlten Arbeitsplätzen zwischen 1963 und 1973 wurden zwischen 1979 und 1985 nur mehr 10 % der neu geschaffenen Arbeitsplätze hoch bezahlt. (152, 303) Dasselbe bestätigen auch Barlett and Steele in *America: Who Stole the Dream?*, wonach sich das Einkommen zwischen 1975 und 1995 bei Angestellten in Führungspositionen durchschnittlich um 951 % oder um die fünffache Inflationsrate vergrößert habe; bei Arbeiterinnen und Arbeitern und normalen Angestellten (73 Mio.) habe sich in derselben Zeit das Einkommen nur um 142 % erhöht, was nicht einmal die Inflationsrate von 183 % deckte. Zu diesem Reallohnverlust kam noch eine erhöhte Steuerlast auf lokaler und nationaler Ebene hinzu, da die neuen Steuergesetze nur bestimmte Einkommensgruppen bevorzugten. Die Reallöhne von amerikanischen Facharbeiterinnen und -arbeitern lagen außerdem im internationalen Vergleich unter dem Durchschnitt. (8 f.)

<sup>457</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 224, 383.

<sup>458</sup> Ebda., 286. Vgl. Haynes Johnson, *Sleepwalking through History: America in the Reagan Years* (New York: Norton & Company, 1991) und vgl. Paul Slansky, *The Clothes Have No Emperor: A Chronicle of the American '80s* (New York: Simon & Schuster, 1989)

<sup>459</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 286.

<sup>460</sup> Ebda., 383.

aufgelegt. Mit dem patriotischen 'America is back' war der Auftakt zu einem exzessiven Konsumfest mit der Lebensphilosophie der 1980er-Jahre 'shop till you drop' gegeben.<sup>461</sup> Das Angebot an Waren und Dienstleistungen war groß, Inflation und Zinsraten waren gesunken und Politik, Wirtschaft und Medien feierten das Konsumieren als Ausdruck der eigenen Freiheit und eines 'good life'; weswegen sich der (scheinbar) steigende Wohlstand in einem außergewöhnlichen, wenn auch durch Kredite ermöglichten Konsumismus-Boom manifestierte.<sup>462</sup>

Reagan fand die Ziehkinder des Hyperkonsumismus in der Generation, die in den 1960er-Jahren aufgewachsen und aufstiegsbereit waren und die Werte der Konsumkultur bereits internalisiert hatten – bei den Babyboomerinnen und Babyboomern: Als BabyboomerInnen wurden die AmerikanerInnen der "geburtstarken Jahrgänge zwischen 1946 und 1964" bezeichnet, die "mit 76 Millionen die zahlenmäßig größte Generation der US-Geschichte" stellte.<sup>463</sup> Mit ihrer Zahlenstärke hatten sie zu einer Verjüngung der amerikanischen Bevölkerung und zu ihrer demografischen Umstrukturierung beigetragen: BabyboomerInnen waren vorwiegend weiß, lebten in den Vororten der Städte und stellten als breites Mittelsegment zwischen 20 und 40 Jahren die Bevölkerungsmehrheit in den 1980ern dar. Eine Folge des Babybooms war der Ausbau des Schulsystems in den 1950er-Jahren und eine Zunahme der Studierenden am College von etwa 3 auf 11 Mio. in den 1960er- und 1970er-Jahren.<sup>464</sup> Die Abschaffung der Wehrpflicht 1973 wiederum bewirkte eine Überschwemmung des Arbeitsmarktes mit dieser geburtstarken Generation: Trotz Schaffung von Millionen neuer Arbeitsplätze war die Arbeitslosigkeit hoch und die persönliche Motivation – vor allem ob der geringen Aufstiegschancen in der schwachen Wirtschaft – niedrig.<sup>465</sup> Es waren somit die BabyboomerInnen, welche – trotz ehemaliger Ideale der *counterculture* bzw. nach Jahren frustrierter Lebensvorstellungen – nun willens waren, sich einem ungenierten Materialismus hinzugeben.<sup>466</sup> Reagans Rhetorik vermochte ihre Hoffnung zu wecken, dass die 1980er-Jahre erstmals die lang ersehnte wirtschaftliche Sicherheit und finanzielle Macht und damit eine "Besserung und eine Rückkehr zu den wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Werten der Mittelklasse"<sup>467</sup> bringen würden. Die von Reagan angesprochene, breite Schicht der BabyboomerInnen umfasste in den 1980er-Jahren sowohl die in den Städten lebenden, ehemaligen *counterculture*-Aktivistinnen und Aktivisten, die hoch ausgebildeten und kulturell vereinnahmten *yuppies* als auch eine breite, sehr konservative Mehrheit von "hard-working family people, those who not protest (except for anti-abortionists, of course)"<sup>468</sup> im ländlichen Raum. Als *silent*

---

<sup>461</sup> Ebda.

<sup>462</sup> Vgl. hierzu Christopher Lasch, "The Culture of Consumption," *Encyclopedia of American Social History*, Eds. Mary Kupiec Cayton, Elliott J. Gorn, and Peter W. Williams (New York: Charles Scribner's Sons, 1993) II: 1381–90.

<sup>463</sup> Vgl. Wersich, 122; vgl. Snowman and Bradbury, 269 ff. und vgl. Winkler, 220. Der Babyboom war das Ergebnis der hohen Heirats- und Geburtsrate nach 1946. Das hieß, knapp über 100 Geburten auf 1.000 Frauen im Gegensatz zu 18 Geburten auf 1.000 Frauen Mitte der 1930er-Jahre. Nach ihrem Höhepunkt im Jahr 1957 war die Anzahl der Geburten stetig gesunken, was in den 1980er-Jahren zur zweitniedrigsten Geburtenrate in der amerikanischen Geschichte nach der Großen Depression führte.

<sup>464</sup> Wersich, 122.

<sup>465</sup> Ebda.

<sup>466</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, XI, 383.

<sup>467</sup> Wersich, 122.

<sup>468</sup> Vgl. Paul Lyons, "Yuppie: A Contemporary American Keyword," *Socialist Review* 19/1 (Jan–March 1989): 118.

majority<sup>469</sup> in den USA der 1980er-Jahre würde dieses Segment der Generation der BabyboomerInnen ebenso wichtig sein wie ihr Gegenpart, das kulturelle Phänomen der“Yuppies”<sup>470</sup>.

Die Wende zum Hyperkonsumismus sollte sich symbolisch und Aufmerksamkeit erregend im August 1979 ankündigen, als der frühere radikale Kriegsgegner und antikapitalistische Yippie-Aktivist Jerry Rubin<sup>471</sup> an die Wall Street ging und gemäß Reagans Credo an seinem sozialen Aufstieg arbeitete. Die Marktforschung, die die Wünsche und das Kaufverhalten der breiten Schicht der BabyboomerInnen im Detail studierte, begann mit den *boomers* die größtmögliche Veränderung im amerikanischen Markt zu prognostizieren: Bestärkt vom Wirtschaftsaufschwung sollten die Marktforschenden insbesondere die Kaufkraft der zentralen Schicht der BabyboomerInnen zwischen 25 und 34 Jahren hervorheben, die 1983 ein bereits durchschnittlich höheres Einkommen (21,746 US-\$) als der Rest der Nation aufwies und bereit war, dieses wirtschaftsstimulierend einzusetzen, wie ein Artikel im renommierten Wirtschaftsmagazin *Fortune* mit dem Titel “What the Baby-Boomers Will Buy Next” bezeichnenderweise beschrieb:

With the oldest boomers now approaching 40 and the youngest just leaving college, the generation is entering its prime years of earning and spending. [...] The boomers are a mouthwatering market. [...] because they're maturing into the most affluent generation the U.S. has ever seen. Not only will they be rich, but the boomers will also spend a greater proportion of their wealth than any previous generation. It all adds up to the hugest consumer market ever.<sup>472</sup>

Von der demografischen Größe zum kulturellen Phänomen wurde diese einkommenstärkere Generation der BabyboomerInnen aber erst 1983 durch den Kolumnisten Bob Greene, der die jungen Wall-Street-Typen auf den von Rubin organisierten *networking*-Partys erstmals als “Yuppies” (*Young Urban Professionals*) bezeichnete.<sup>473</sup> Diese *networking*-Parties, bei denen sich jede “Begegnung” oder soziale Interaktion fast ausschließlich um das Austauschen von Visitenkarten drehte, waren Teil der neuen amerikanischen Unternehmenskultur in den 1980er-Jahren, die die seit den 1950er-Jahren gängige Unternehmensphilosophie der “Loyalität” von Angestellten ihrem Unternehmen gegenüber nun unterminieren würde: “Networks are informal associations of mutual friendship that cut across corporate lines to unite people of similar ages, professional levels and interests, principally money and sex. It encourages Yuppies in their independence from the corporation.”<sup>474</sup> Yuppies würden zwar höchste Erwartungen an das Unternehmen knüpfen; entsprach die Firma jedoch nicht mehr deren Vorstellungen, würden sie sich ihr gegenüber nicht mehr unbedingt loyal verhalten und abspringen.

---

<sup>469</sup> Vgl. Paul Lyons und seine Analyse der “stillen” (jedoch kultur- wie sozialpolitisch einflussreichen) Mehrheit der BabyboomerInnen in den USA “The Silent Majority in Baby Boomers: Class of 1966 in a South Jersey Town” in *Vietnam Generation* Vol.1/2, article 12, 1989: 140. Lyon prägte darin den Begriff der “silent majority” für den zahlenmäßig größten Teil der 53 Millionen BabyboomerInnen der Vietnamgeneration in den USA, die nicht gedient hatte und welche sich weder aktiv gegen den Vietnamkrieg gestellt hatte noch sehr große Anti-Kriegsgefühle hegte.

<sup>470</sup> Vgl. Lyons, “Yuppie: A Contemporary American Keyword,” 117–19; vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 391–93. Vgl. Hendrik Hertzberg, “The Short Happy Life of The American Yuppie,” *Esquire* February 1988: 100–9. Hertzberg gibt in seinem Artikel einen ironisch kommentierten Überblick über das kulturelle Phänomen wie die Projektionsfläche für einen (verlorenen demokratisch ausgeprägten) amerikanischen Traum, dem “Yuppie” – von seiner Entstehung, Namensprägung, Entwicklung und Ausprägung bis hin zu den Ursachen seines Falls. Siehe auch den Eintrag zum Thema YUPPIE in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>471</sup> Vgl. Snowman and Bradbury, 279 und vgl. Hertzberg, 103.

<sup>472</sup> Geoffrey Colvin, “What the Baby-Boomers Will Buy Next,” *Fortune* 15 October 1984: 28.

<sup>473</sup> Bob Greene, “Yippie versus Yuppie,” *Chicago Tribune* 23 March 1983: 100+. Vgl. Jerry Adler, et al. “The Year of the Yuppie,” *Newsweek* 31 December 1984: 17 ff. Vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 456: Mit dem Phänomen “Yuppie” kehrte 1984 auch der Cartoonist und Pulitzerpreisträger Gary Trudeau mit seinem legendären *Doonesbury*-Strip über die Schwächen und Heiligtümer der AmerikanerInnen zurück und karikierte in den Folgejahren Materialismus und Karrieresucht der Yuppies. Vgl. auch Ceci Connolly, “Yippie vs. Yuppie Clash Comes to Roberts,” *The Heights* 28 January 1985: 1, 12.

<sup>474</sup> Vgl. Adler (1984), 17.

In der Präsidentschaftswahlkampagne des Demokraten Gary Hart 1984 sollte das Y-Wort – als Kennzeichnung von potenziellen (neoliberalen) Wählerinnen und Wählern – zum nationalen Modewort für diese zunehmend sichtbarere Schicht der BabyboomerInnen werden.<sup>475</sup> Eine spezielle *Newsweek*-Ausgabe mit dem Titel “The Year of the Yuppie”, in der das exzessive Kaufverhalten und der luxurorientierte Lebensstil dieser neuen trendsetzenden Generation vorgestellt wurden,<sup>476</sup> definierte diese potenziellen WählerInnen erstmals klar als Konsumentinnen und Konsumenten. Dem politisch forcierten, unternehmerischen Ethos der 1920er- und 1950er-Jahre folgend, hatten die Yuppies Amerikas Rückkehr zum “business of business”<sup>477</sup> eingeleitet.

Die neuen Helden und (etwas weniger stark präsenten) Heldinnen der Nation waren über dreißig und unter vierzig Jahre alt, lebten in der Stadt, hatten einen M.B.A. und arbeiteten in einem “professional” bzw. “managerial” Job mit einem Einkommen von mindestens 40000 US-Dollar.<sup>478</sup> Nach allgemeinen Schätzungen traf dieses demografische Profil im Jahr 1984 aber nur auf etwa 4 Mio. AmerikanerInnen zu.<sup>479</sup> Eine etwas gröbere Einteilung dieses Segments der Babyboomerinnen und Babyboomer – mit einer höheren Ausbildung (College-Abschluss) und Tätigkeiten im Immobilienhandel, in Banken, Versicherungen oder an der Wallstreet, aber auch in der Medien- und Werbebranche, kurzum in der Dienstleistungsbranche, – ergab aber bereits mehr als 20 Mio. AmerikanerInnen, die mit dem unternehmerischen Ethos ihren sozialen Aufstieg planten.<sup>480</sup> Auf diese karriereorientierte Schicht traf damit weniger die Beschreibung “Yuppies” als vielmehr die Bezeichnung “Yumpies” (*young upwardly mobile professionals*) zu, die sich allerdings nie durchsetzen sollte.<sup>481</sup> Abgesehen vom demografischen Profil war mit dem Yuppium grundsätzlich ein bestimmter Lebensstil gleichgesetzt:

<sup>475</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 258, 289 und Wersich, 517: Die politische Strömung des NEOLIBERALISMUS in der Demokratischen Partei ist als “Reaktion auf den intellektuellen Neokonservatismus” und den Wahlerfolg Ronald Reagans 1980 zu werten. “Intellektueller Wegbereiter eines *new liberalism*” war der ehemalige Senator von Massachusetts, P. Tsongas, der Anfang der 1980er-Jahre mit einschlägigen Publikationen auf sich aufmerksam gemacht hatte. Aber erst mit dem demokratischen Senator Gary Hart aus Colorado begann der Neoliberalismus als politische Strömung in der Demokratischen Partei an Einfluss zu gewinnen. Hart war neben Jesse Jackson stärkster demokratischer Herausforderer von Walter Mondale bei der Präsidentschaftsnominierung von 1984; er warb mit dem Slogan der “neuen” Ideen für seine Nominierung zum Präsidentschaftskandidaten und vermochte damit anfangs vor allem die wohlhabenden BabyboomerInnen zu begeistern. Seine Assoziation mit Robert F. Kennedys Präsidentschaftskampagne von 1968 – Hart versprach “a new generation of leadership”, die an die politischen Ideale der 1960er-Jahre geknüpft war – verlieh ihm etwas von dem Kennedy-Image. Verschiedene Fehlritte und eine etwas verschwommene Linie bei der Ansprache der WählerInnen führten zu Harts Niederlage. Um den Mainstream der amerikanischen Bevölkerung wieder zurückzugewinnen, wandte sich die demokratische Partei – im Gegensatz zu ihrer früheren sozialpolitisch und staatsinterventionistisch orientierten Politik des Liberalismus – nun Wirtschaftsschwerpunkten wie “Wirtschaftswachstum”, “freies Unternehmertum” und “Reindustrialisierung durch Industriepolitik” zu. Mit dieser politischen und programmatischen Wende versuchten die Demokraten, nun Neoliberale, “spezielle Interessensgruppen wie Gewerkschaften, Farmer und Minderheiten” (die durch die Politik Reagans und später Bushs zunehmend ausgegrenzt worden waren) anzusprechen. Im Unterschied zum “Neokonservatismus”, “Fundamentalprotestantismus” und zur “Neuen Rechten” sind “Neoliberale [als] Angehörige der *Baby boom*-Generation werteliberale und fühlen sich den Anliegen der Bürgerrechts- und Minderheitenbewegungen [...] durchaus verpflichtet, ohne sich jedoch mit ihnen uneingeschränkt zu identifizieren.” (Wersich, 517) Die Wahl von Bill Clinton zum 42. US-Präsidenten 1992 bestätigte den Erfolg dieser Strategie und symbolisierte zugleich den Aufstieg der Generation der BabyboomerInnen in die höchsten politischen Machtränge.

<sup>476</sup> Adler (1984), 14–24.

<sup>477</sup> Ebda., 23.

<sup>478</sup> Vgl. Adler (1984), 16 und vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 391 f.: Die Abschlüsse in Business-Schools waren von 55.000 im Jahr 1980 auf 77.000 im Jahr 1990 angestiegen, wobei ein Drittel der Studienabschlüsse an Frauen ging. 1989 waren an Hochschulen sogar 1,3 Mio. Wirtschaftsstudierende eingeschrieben. Mit der Schwerpunktsetzung auf die “Wirtschaft” hatte im Gegenzug das Interesse für die “Geisteswissenschaften” stark abgenommen.

<sup>479</sup> Adler (1984), 16.

<sup>480</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 391.

<sup>481</sup> Vgl. ebda., 289 und vgl. Hertzberg, 108.

The Yuppie mystique was built around a sense of generational entitlement that had its roots in the prosperity of the 1950s and '60s. [...] the getting-and-spending frenzy of the 1980s can be seen as just another stage in the life quest of the baby boomers, the successor to the hedonism of the 1960s and the obsessive self-improvement of the *Me* Decade.<sup>482</sup>

Yuppies waren eine Mischung aus der Hippiekultur der 1960er- und dem Preppytum der 1970er-Jahre, charakterisiert durch ein reiches Elternhaus, WASP-Herkunft, akademischen Ehrgeiz und den Besuch von Eliteschulen: Selbstbezogen mit einem Faible für "natürliche" Dinge und auf ein Ausleben der persönlichen Freiheit bedacht, interessierte sich diese karriereorientierte Generation von Babyboomerinnen und Babyboomern für Preppy-Berufe, Preppy-Freizeitvergnügen und Statussymbole, mit denen sie ihre gemeinen, suburbanen Wurzeln abstreifen konnte.<sup>483</sup> Im Gegensatz zu den elitären Preppies war den Yuppies mit ihrer Herkunft kein aristokratischer Status "vererbt" worden. Das Yupprietum war – wie das Hipprietum – demokratisch.<sup>484</sup> Der Altersunterschied in dieser Schicht würde aber das jeweilige Selbstverständnis der Yuppies bestimmen: Für die älteren (geboren 1946 bis Mitte der 1950er-Jahre) war ihr Yuppie-Sein Ausdruck der (nostalgischen) Enttäuschung über die 1968er, für die jüngeren (geboren ab Mitte der 1950er-Jahre bis 1964) eine rein "ödipale Revolte" (gegen das Mehr-Haben der anderen).<sup>485</sup> Allen gemein war der Wille zum sozialen Aufstieg, der mit *Reaganomics* erstmals gegeben schien und durch Reagans Rhetorik, die Klasse durch Lebensstil ersetzte und sozialen Aufstieg als individuelles Recht popularisierte, untermauert wurde. Mit der (gesellschafts-)politischen Legitimierung von Geld, Macht und Ansehen war den Yuppies auch moralisch ein (scheinbar) unbegrenzter Spielraum gegeben. "Yuppiedom is essentially a phenomenon of the Ronald Reagan era, inextricably tied to the values, follies, and peculiar conditions thereof."<sup>486</sup>

Mit dem Geld als einzigem Maß aller Dinge beherrschte die neue Unternehmensethik das private wie öffentliche Leben und veränderte alle Lebensbeziehungen dementsprechend: Soziale Beziehungen wurden zugunsten der Karriere zurückgesteckt oder ihr dienend eingesetzt. Materielle Dinge wurden als äußere Kennzeichen, die einen höheren Status implizierten, bewertet; sozialer Status wurde sich selbst durch den Kauf bzw. Konsum von Statusprodukten und Dienstleistungen verliehen. Um die Statusmerkmale einer Klasse zu besitzen, war es also nicht mehr notwendig, bereits Teil jener Klasse zu sein: Die soziale Klasse konnte nun gekauft werden, Status wurde zur Ware.<sup>487</sup> Ob der Homogenität der Schicht lässt sich der Yuppie-Lifestyle auf wenige Auffälligkeiten reduzieren: Um sozial aufzusteigen, mussten Yuppies viel Geld verdienen und damit viel arbeiten. Das bedeutete, dass sich das öffentliche wie private Leben der Yuppies auf die Arbeit und auf einen effizienten Umgang mit der "Zeit" konzentrierte. Um ihren sozialen Aufstieg sichtbar zu demonstrieren, wurde alles – jeder Trend und jedes Produkt, das "neu" oder "in" oder von hohem Prestige war – skrupellos konsumiert, da es der eigenen Selbstbestätigung diene; somit legten Yuppies den größten Wert auf das Äußere (Sichtbare), wobei ein bestimmtes Outfit und dabei spezifische Statussymbole (Rolex, Aktentasche, Hosenträger usw.) zur Demonstration des Aufstiegs verbindlich wurden. Ein Yuppie-Lebensstil

---

<sup>482</sup> Vgl. Walter Shapiro, "The Birth and – Maybe – Death of Yuppiedom," *Time* 8 April 1991: 65. Shapiro liefert in einer chronologischen Auflistung die Höhen (1984–85) und Tiefen (ab 1987) des Phänomens "Yuppie", welches seit seiner ersten Erwähnung 1983 bis zu seinem vermeintlichen, dem Zeitgeist entsprechenden Untergang 1991 in 22.000 US-Zeitungs- und Zeitschriftenartikeln besprochen worden war. Aber auch auf literarischer Ebene wurden Lebensstil und Konsumgewohnheiten des *Yuppies* als Satire oder Parodie verarbeitet. Vor Bret Easton Ellis' *American Psycho* (1991) schrieb Jay McInerney mit *Bright Lights, Big City* (1984) den ersten Yuppie-Roman, dem unter anderem Louis Auchincloss *The Yuppie Dairy* (1986) und Tom Wolfes *The Bonfire of the Vanities* (1987) folgten.

<sup>483</sup> Vgl. Hertzberg, 103 f. in seinen ironischen Ausführungen zum Lebensstil eines Yuppies.

<sup>484</sup> Ebda.

<sup>485</sup> Vgl. ebda.

<sup>486</sup> Ebda., 101.

<sup>487</sup> Ebda., 104.

implizierte in einem gentrifizierten Apartment mit den neuesten Hightech-Geräten zu wohnen, die exklusivsten und ausgefallensten Lebensmittel zu konsumieren, aber auch besonders gesundheits- und figurbewusst zu sein. Daneben war der Tagesablauf von Restaurant-, Bar- und Nachtclubbesuchen, von Theater- oder Kinobesuchen, von Fernseh- und Videofilmkonsum geprägt sowie vom Streben, regelmäßig Urlaub in Europa zu machen: “[...] the entrepreneur had replaced the social reformer, and the market, the state, as the operative means of salvations.”<sup>488</sup> Ein *Newsweek*-Artikel mit dem Titel “They Live to Buy” traf das Lebensmotto dieser Konsumgeneration: Das Konsumieren – einmal Mittel zum Zweck – war zum Selbstzweck und zur eigenen Existenz- bzw. Identitätsbegründung geworden,<sup>489</sup> was allerdings niemand zugeben wollte:

That was the whole point – yuppies were always somebody else. Almost no one fit all the requirements of age (young), income (high), geography (urban), attitude (selfish) and affectations (filofaxes and yellow power ties). ‘Yet the fascination with charting the tastes of this subgroup was easily explainable. Yuppies live in the fashionable neighborhoods of large urban areas. [...] That’s also precisely where editors and TV producers live.’<sup>490</sup>

Neben ihrer Bestätigung durch Politik und Wirtschaft erfuhr diese Konsumgeneration ihre gesellschaftliche Legitimation durch die Medien: Fernsehen, Radio, Zeitungen und Zeitschriften waren mit Spots bzw. Anzeigen zu Produkten und Dienstleistungen, die ein “gutes” Leben im Stil der 1980er-Jahre versprachen, überfüllt. Darin wurde die Arbeits- und Lebensethik der Yuppies als Erfüllung des amerikanischen Traums glorifiziert und beispielgebend für den ‘good American Way of Life’ in der Woge des kulturellen, politischen und sozialen Konservatismus tradiert. Vor allem jedoch über die Werbung – als Parameter für soziale Veränderungen – lässt sich über die Figur des Yuppies die Popularisierung des *Reaganism* und eines propagierten sozialen Status Quo belegen. Der Yuppie verkörperte nicht nur den amerikanischen Mythos des Einzelkämpfers, sondern wurde – gemäß einer männlich-patriarchalen Kultur – als “new warrior” beworben; seine “Waffen” wie Ehrgeiz, Egoismus und individuelles Machtstreben waren, wie der Werbefachmann Sal Randazzo aufzeigt, dabei als notwendig gewordene Eigenschaften in einer zunehmend konkurrierenden Unternehmenswelt positiv besetzt worden:<sup>491</sup>

Instead of the selfless defenders of truth, justice, and the American Way, the new breed of Wall Street Warriors were greedy, self-involved, and power hungry. Actor Michael Douglas portrayed a fictional Wall Street Warrior (‘Mr. Geckko’) in the movie *Wall Street*, whereas Ivan Boesky enacted a real-life variation. By the late 1980s, Madison Avenue seemed to be glugged with brand mythologies based on high-powered Wall Street Warrior types with their power ties and limousines.<sup>492</sup>

Das weibliche Pendant zum männlichen Helden war – gemäß den männlich-patriarchalen Vorstellungen – die amazonenhafte Karrierefrau; ein neuer Frauentyp: “The ‘new Woman’ looked and acted more and more like a man. Femininity was passé. [...] Femininity and feminine beauty had become associated with weakness and traditional feminine stereotypes.”<sup>493</sup> Neben den Yuppie-Vorbildern in der Wirtschaftswelt wurden damit auch Größen der Medien-, Mode-, Musik- und Sportwelt wie in der Welt des Glaubens<sup>494</sup> zu gehypten und

---

<sup>488</sup> Lois G. Gordon and Alan Gordon, *American Chronicle: Seven Decades in American Life, 1920-1989* (New York: Crown, 1990) 568.

<sup>489</sup> Eric Gelman and Penelope Wang, “They Live to Buy,” *Newsweek* 31 December 1984: 28.

<sup>490</sup> Shapiro, 65.

<sup>491</sup> Vgl. Randazzo, 52 ff., 141 ff.

<sup>492</sup> Ebda., 141.

<sup>493</sup> Ebda., 133.

<sup>494</sup> Vgl. Ronald Enroth, “Self-Styled Evangelist Stretches God’s Truth,” *Christianity Today* 21 September 1984: 73–75.

erstrebenswerten Vorbildern der Nation. Als solche brachten die Yuppies die Spirale des Hyperkonsumismus zum Drehen und statuierten damit das Exempel.

Das Segment der BabyboomerInnen, der Yuppies oder Yumpies, welches Tom Wolfe zur Benennung der 1980er-Generation als "splurge generation"<sup>495</sup> veranlassen sollte, war aber sichtbar zu klein, um diesen größten Ausgabeboom nach dem Zweiten Weltkrieg zu provozieren. Es war die breite Bevölkerung der BabyboomerInnen, die *great silent majority* und das Segment der älteren Bevölkerung, der es im Gegensatz zu den vorhergehenden Generationen besser ging und als *gray market* neben den Babyboomerinnen und Babyboomern in den 1980er-Jahren stark beworben wurden,<sup>496</sup> die sich – bestärkt von politischer Rhetorik, Wirtschaftsdaten und Massenmedien und von der Illusion, dass es Amerika gut ging – am Konsumfest beteiligten.<sup>497</sup> Motiviert durch ihre "rechtmäßige" Suche nach dem amerikanischen Traum und damit nach Selbstbestätigung, verbunden mit der gleichzeitigen Demontage der finanziellen Möglichkeiten durch das ungerechte System der *Reaganomics*, sollten sich Millionen von Amerikanerinnen und Amerikanern in hohem Ausmaß verschulden.<sup>498</sup>

By now it is clear that this sense of economic well-being was an illusion, an illusion based on borrowed time and borrowed money. Jobs are plentiful and profits high because we are spending amply, but more than ever before what we are spending for is consumption. [...] We are living well by running up our debt and selling off our assets. America has thrown itself a party and billed the tab to the future.<sup>499</sup>

Mit dem Börsenkrach im Jahr 1987 wurden die Yuppies erstmals selbst mit den bis dahin als unbegrenzt empfundenen Grenzen dieser amerikanischen Wirtschaftspolitik konfrontiert und nahmen die Krise als persönliches Versagen wahr. Zeitgleich mit den politischen Enthüllungen zum Iran-Contra-Skandal begann auch das öffentliche Ansehen und die Popularität der Yuppies zu schwinden:<sup>500</sup> Von Profit- und Machtgier motivierte und von Skrupellosigkeit geprägte Skandale wie der Insider-Trading-Skandal<sup>501</sup> führten schließlich die Wende im Yuppie-Dasein herbei und verkehrten den einstmals neutralen Begriff in ein Schimpfwort wie "Yuppie Scum".<sup>502</sup> Yuppie wurde von da an mit "silly", "superficial" und "mindlessly bland" gleichgesetzt; ein Yuppie zu sein bedeutete nun "lousy values" zu haben.<sup>503</sup> Es war jedoch die *great silent majority*, die nicht nur den Kern der Reaganschen Wählerinnen und Wähler darstellte und als solche den Konsumismus mittrug, sondern die gerade durch die Reagansche Regierungspolitik auch eine merkliche Verschlechterung ihrer Lebenssituation erfahren hatte. Sie fanden nun in den Yuppies auch die (vermeintlich) Schuldigen für die einseitige Wirtschaftssituation. Gemeinsam mit Politik, Wirtschaft und Medien stimmten sie in den Chor der Yuppie-verachtenden Menschen ein und stempelten diese zu den Sündenböcken der Nation ab.<sup>504</sup> "The yuppie is a mythical demographic beast, the public's attempt to put a

<sup>495</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 385.

<sup>496</sup> Vgl. ebda., 386. Vgl. auch Paul Lyons Artikel zur "Silent Majority in Baby Boomers" (1989), 140–50.

<sup>497</sup> Vgl. Cheryl Russell, "Question: What Do You Call a Yuppie Stockbroker," *American Demographics* 10.1. (1988): 2.

<sup>498</sup> Vgl. Barlett and Steele 54: 1950 betrug die Verschuldung (Hypotheken und Darlehensraten) einer Amerikanerin bzw. eines Amerikaners 65 % des gesamten Lohn- und Gehaltseinkommens, 1960 machte die Verschuldung bereits 98 % aus und 1995 betrug sie 166 %. Damit standen immer mehr Menschen vor dem persönlichen Bankrott. Die Anzahl der Bankrotte stieg jährlich durchschnittlich um 183.700 in den 1970ern, auf 373.300 in den 1980ern und auf 811.100 in den 1990ern.

<sup>499</sup> Benjamin Friedman, *Day of Reckoning: The Consequences of American Economic Policy under Reagan and After* (New York: Random House, 1988) 4–5.

<sup>500</sup> Vgl. Hertzberg, 102.

<sup>501</sup> Siehe auch den Eintrag zu INSIDER TRADING in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>502</sup> Vgl. Shapiro, 65.

<sup>503</sup> Vgl. Hertzberg, 102.

<sup>504</sup> Lyons, "Yuppie: A contemporary American Keyword," 114.

human face on the nation's economic problems.”<sup>505</sup> Mit dem Ende der 1980er-Jahre sollte sich der Begriff “Yuppie” von jedem politischen Kontext losgelöst haben und seither wohlhabende junge Erwachsene, die ausschweifend materialistisch und selbstbezogen leben, charakterisieren.

Der bekannte US-amerikanische Wirtschaftswissenschaftler und Harvard-Professor Benjamin Friedman hatte *Reagonomics* als nationalen kollektiven Hyper-Konsumwahn auf Kosten der zukünftigen Generationen kritisiert und diesen auf den erstmalig erfolgten regierungspolitischen Wechsel von einer ‘tax-and-spend’ zu einer ‘spend-and-borrow’ Strategie zurückgeführt.<sup>506</sup> Laut *Wall Street Journal* hätte Reagan ob seiner übersteigerten Wirtschaftsmaßnahmen dabei von Anfang an Anrecht auf den Titel “most aged ‘yuppie’” gehabt.<sup>507</sup> Doch Reagans “clear sense of direction and warmth of personality”<sup>508</sup> sowie das Präsidentenattentat am 30. März 1981 hatten dem Großen Kommunikator eine anhaltende Welle der Sympathie und Bewunderung für seinen Mut beschert. Getragen vom Wirtschaftswachstum und von einem erstarkten Patriotismus hatte das breite öffentliche Vertrauen Ronald Reagan am 6. November 1984 mit 55,8 % der 93 Mio. abgegebenen Stimmen einen überwältigenden zweiten Wahlerfolg über seinen demokratischen Kontrahenten Walter Mondale (40,6 %) beschert<sup>509</sup> und Reagan mit 73 Jahren ganz nebenbei zum ältesten Präsidenten in der Geschichte der USA gemacht.<sup>510</sup> Abgesehen von den internen Querelen und Richtungsstreits zwischen den verschiedenen potenziellen Präsidentschaftskandidaten im demokratischen Lager (Gary Hart, Jesse Jackson und Walter Mondale) war Mondale vom amerikanischen Volk vorneweg als zu wenig charismatisch und als langweilig eingestuft worden. In fast allen Meinungsumfragen rangierte Reagan vor seinem Kontrahenten, trotzdem er in den (wenigen) Fernsehdebatten mit Mondale schlechter abschnitt. Er schien verwirrt und nicht up to date zu sein, weswegen seine Regierungsfähigkeit ob seines Alters immer wieder diskutiert wurde. Nichtsdestoweniger aber hatten die vorhergehenden vier Jahre bereits einen Rechtsruck der Nation eingeleitet, der zusammen mit dem Wirtschaftsaufschwung und insbesondere mit Reagans Charisma zu dessen Wiederwahl führte.<sup>511</sup>

Ronald Reagans propagierter Hyperkonsumismus sollte tiefgreifende Folgen haben – die Vereinigten Staaten mutierten von der größten Kreditgebernation im Jahre 1980 zum weltweit größten nationalen

---

<sup>505</sup> Russell, 2.

<sup>506</sup> Vgl. Friedman, 109–33.

<sup>507</sup> Hertzberg, 101.

<sup>508</sup> Gordon and Gordon, 567.

<sup>509</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 291 ff.: Mit 55,3 % war die Wahlbeteiligung bedeutend höher als 1980 (52,6 %) gewesen, womit ein zwanzigjähriger Abwärtstrend zunächst einmal gestoppt worden war. Für die Demokraten selbst war die Wahlniederlage groß, da auch in traditionell demokratischen Staaten republikanisch gewählt wurde. Vormalig “demokratische” Wahlstimmen wie jene aus der katholischen Bevölkerung und der weißen SüdstaatlerInnen waren ebenso verloren gegangen wie Stimmen aus der amerikanischen Mittelschicht, die seit etwa acht Jahren nach rechts gerückt war. Daneben blieben weiße Protestantinnen und Protestanten, die Oberschicht und Gutverdienende als traditionell republikanisches Stimmvolk erhalten. Demokratisch gewählt hatte immer noch der Großteil der *New Deal*-Koalition wie Arbeitslose, Gewerkschaftsfamilien und Menschen mit einem niedrigen Einkommen, aber auch verschiedene Minderheiten, jüdische Personen und die urbane Bevölkerung. Zudem zeigte die Wahl, dass zwei von fünf WählerInnen BabyboomerInnen waren, die – anders als die vorhergehenden Generationen – nicht mehr parteiloyal sein würden, was für die politischen Parteien in Zukunft eine zusätzliche Herausforderung darstellen sollte.

<sup>510</sup> Vgl. Lou Cannon, *President Reagan: The Role of a Lifetime* (New York: Simon & Schuster, 1991) zum hohen “Alter” Reagans, das bei den Präsidentschaftswahlen und später in seiner Funktion als Präsident bei der Verrichtung seiner Amtsgeschäfte immer wieder Thema war.

<sup>511</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 288 ff.: Der Sieg wird politisch jedoch mehr als persönlicher Sieg Ronald Reagans gewertet und weniger seiner politischen Philosophie zugeschrieben. Letztere hatte Walter Mondale – ehemaliger Vizepräsident von Jimmy Carter – in seiner Antrittsrede als nominierter Präsidentschaftskandidat mit seinem Versprechen eines “new realism” auch konkret angegriffen: “By the end of my first term, I will reduce the Reagan budget deficit by two-thirds. Let’s tell the truth. [...] Mr. Reagan will raise taxes, and so will I. He won’t tell you. I just did.” Mit dieser Bemerkung dürfte sich Mondale trotz seines sehr realistischen, aber eben wenig populären Parteiprogramms viele Wahlstimmen im Vorhinein verscherzt haben.



Schuldnerstaat 1986: Die zwischen 1981 und 1987 angehäuften Verschuldungen beliefen sich auf mehr als 1,7 Billionen US-Dollar. Als Reagan 1988 das Amt niederlegte, betrug die nationale Verschuldung gut 2,6 Billionen US-Dollar, im Vergleich dazu hatte sein Vorgänger Carter über 900 Milliarden US-Dollar an Schulden hinterlassen. Reagans Beitrag zur nationalen Verschuldung sollte schließlich 2,5-mal so hoch wie die Schuldenberge aller vorhergehenden Präsidenten zusammen sein.<sup>512</sup>

Individual freedom and the profit motive were the engines of progress which transformed an American wilderness into an economic dynamo that provided the American people with a standard of living that is still the envy of the world. (Ronald Reagan at the National Space Club Luncheon, March 29, 1985)

Zugleich hatte die deregulierende, angebotsorientierte Wirtschaftspolitik – auf der Grundlage der neokonservativen Obsession einer freien Konsumwahl – einen Strukturwandel bewirkt: Sie hatte einen größeren Wettbewerb und niedrigere Preise, ein differenzierteres Produktangebot, das letztendlich durch Milliarden-Fusionen und Übernahmen wieder Monopolcharakter annehmen würde und einen verringerten Gewerkschaftseinfluss gefördert.<sup>513</sup> Gleichzeitig waren die (internationale) Wettbewerbsfähigkeit traditioneller Produktivitätsbereiche stark geschwächt worden und die erwarteten privaten Investitionen in die heimische Industrie nur gering gewachsen;<sup>514</sup> das zeigten insbesondere die Auswirkungen der Deindustrialisierung sowie die Farmkrise:<sup>515</sup> Denn der globalisierte Markt und die deregulierenden Regierungsmaßnahmen hatten auch die FarmerInnen – seit Thomas Jefferson mythisierter Teil der nationalen Kultur – in die größte Krise nach dem Zweiten Weltkrieg gestürzt. Die Landwirtschaft, die in den 1980er-Jahren mit 20 % des BSP einen wichtigen Eckpfeiler der inländischen Wirtschaft ausmachte, hatte in den 1970er-Jahren – im Gegensatz zu allen anderen Wirtschaftszweigen – zunächst einen großen Aufschwung erlebt. Niedrige Darlehenszinsen hatten Neuinvestitionen ermöglicht und damit eine Produktivitätssteigerung bewirkt, und die erwarteten Neueinnahmen sollten die Schulden der FarmerInnen begleichen. Anfang der 1980er-Jahre jedoch kam es zu einem Umschwung: Die größten Importeure amerikanischer Landwirtschaftsprodukte, die Entwicklungsländer der Dritten Welt, senkten aufgrund ihrer hohen Auslandsverschuldung die Importe, was zu einer amerikanischen Überproduktion führte. Dadurch fielen die Grundnahrungsmittelpreise und mit der Deregulierung auch die Grundstückspreise (von geschätzten 712 Mrd. US-Dollar im Jahr 1980 auf 392 Mrd. US-Dollar 1986), was den Bankrott vieler Landwirtschaftsbetriebe bewirkte: Allein zwischen 1981 und 1986 schlossen – im „farm belt“ – 150.000 Farmen; es sollte der größte Kollaps des Jahrhunderts sein.<sup>516</sup> Auch der Eingriff der Reaganschen Regierung in diese Krise Mitte der 1980er-Jahre mit Subventionen und weiteren Geldmaßnahmen bot keine Lösung, sondern im Gegenteil machte viele FarmerInnen von den Subventionen der Regierung abhängig;<sup>517</sup> So unterstützte die Regierung das landwirtschaftliche Nettoeinkommen 1986 zu 60 % im Gegensatz zu 25 % im Jahr 1981. Doch gerade bei den kleineren Farmen kam die Hilfe zu spät; sie konnten die Verluste trotz Erholung der Wirtschaft ab 1988 nicht mehr ausgleichen. Viele kleinere Betriebe wurden zu größeren Betrieben zusammengefasst, wodurch sich auch die Besitzstruktur der landwirtschaftlichen Betriebe veränderte: 31 % der Farmen sollten 1987 in Fremdbesitz sein, 1983 waren es noch 23 %. Mit der Veränderung der Besitzstruktur war auch die in der Landwirtschaft tätige Bevölkerung von 9 Mio. im Jahr 1975 auf 6 Mio. Anfang der 1980er-Jahre und auf weniger als 5 Mio. im Jahr 1987 zurückgegangen.<sup>518</sup> Das

<sup>512</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 157, 307.

<sup>513</sup> Vgl. ebda., 146–53.

<sup>514</sup> Vgl. ebda., 148.

<sup>515</sup> Vgl. ebda., 153 f.

<sup>516</sup> Ebda.

<sup>517</sup> Ebda., 154.

<sup>518</sup> Ebda.

Finanzwesen und die neuen Industrien sollten hingegen einen wettbewerbsorientierten und -starken Boom erleben, der für das Wirtschaftswachstum verantwortlich war; allerdings reichte dieser nicht aus, um den wachsenden Schuldenberg auszugleichen. Um das Haushaltsdefizit zu finanzieren, begann Reagan – entgegen seinen patriotischen Aussagen und Versprechen – die USA mehr und mehr ausländischen (vornehmlich japanischen und europäischen) Investorinnen und Investoren zu öffnen.<sup>519</sup> Das führte dazu, dass asiatische und europäische Unternehmen Ende der 1980er-Jahre große Anteile am US-Markt hatten. Dazu beigetragen hatte auch, dass bis 1990 2/3 der Finanzmittel Reagans in die Verteidigungsarbeit und weniger in die Forschung und Entwicklung neuer Konsumgüter bzw. in die Grundlagenforschung gingen. Ein weiterer Grund für diese Entwicklung war die Tatsache, dass der technologische Fortschritt der USA im Vergleich zu Japan und Deutschland trotz intensiverer und kostenaufwändigerer Forschungs- und Entwicklungstätigkeit in den 1980er-Jahren langsamer gewachsen war. Weil zudem beide Staaten keine nationale Schuldenlast zu tragen hatten, verloren die USA mit Ende der 1980er-Jahre auch in diesem Bereich jeglichen technologischen Vorsprung.<sup>520</sup> Trotz des nationalen Versprechens für einen freien Handel waren die Investitionen amerikanischer Unternehmen im Ausland – ob der steigenden Handelsdefizite – begrenzt geblieben. Zudem war das Bundesdefizit von 128 Milliarden US-Dollar im Jahr 1981 auf 221 Milliarden US-Dollar im Jahr 1986 angestiegen.<sup>521</sup> Am 19. Oktober 1987 sollte dieses nur vorsichtige ausländische Vertrauen in die USA aufgrund der bestehenden Handelsungleichheiten und des enorm angestiegenen amerikanischen Handelsdefizits dann zum größten Einbruch an der New Yorker Börse führen. Der Börsenindex fiel an diesem “Black Monday” um 508 Punkte (23 %) und übertraf damit den großen Börsenkrach von 1929. Im Vergleich zu den 1970er-Jahren hatte die amerikanische Börse ihre Gewinne 1987 verdreifacht.<sup>522</sup> Mit der Erhöhung des Leitzinssatzes seitens der Notenbank als Reaktion auf den Black Monday jedoch – 1987 war der Leitzinssatz innerhalb von sechs Monaten von 7,5 % auf 8,75 % erhöht worden und betrug 1988 sogar 10,55 %<sup>523</sup> – wurden Kredite teurer; das sollte wiederum das seit 1983 anhaltende, inflationsgedämpfte und damit preisstabile Wirtschaftswachstum – aufgrund des harten Kurses der amerikanischen Notenbank zwischen 1979 und 1982 – bremsen. “While Reagan could take credit for strengthening the economy and curbing inflation, the huge deficit and an alarming trade imbalance offset his economic accomplishments.”<sup>524</sup> Reagans wirtschaftliche Revolution hatte mit der Umstrukturierung der Einkommenssteuer die amerikanische Wirtschaft zugunsten weniger Reicher sowie eines Unternehmenskapitalismus verändert und zu einer ungleichen Verteilung von Einkommens- und Vermögenswerten geführt;<sup>525</sup> Zudem waren die gutbezahlten Industriebjobs durch schlechtbezahlte Dienstleistungsjobs ersetzt worden, was sich zusätzlich negativ auf die Einkommensstruktur niederschlagen sollte. Mit dem Ende der 1980er-Jahre war die breite Mittelschicht, welche sich mit dem steigenden Wohlstand seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges herausgebildet hatte, geschrumpft. Zugleich war die Zahl derer mit einem Einkommen unter der Armutsgrenze gestiegen. Die Reagansche Regierungspolitik hatte die Reichen in Amerika sehr reich und die Armen noch ärmer gemacht.<sup>526</sup> Mit der sinkenden Prosperität der Mittelschicht – einmal Inbegriff des

<sup>519</sup> Daniel Seligman, “Looking Backward: The System Worked,” *Fortune* 26 March 1990: 183.

<sup>520</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 147–50; vgl. Wersich, 343 und vgl. Horowitz, 222: Nach einer OECD-Studie (1989) tätigte die amerikanische Regierung in den Nachkriegsjahren mit 48 % der Gesamtinvestitionen die weltweit größten Einzelinvestitionen in Forschung und Entwicklung.

<sup>521</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 156 f., 316. Das Bundesdefizit konnte auch mit der Verringerung der Militärausgaben am Ende des Kalten Krieges nicht gesenkt werden.

<sup>522</sup> Ebda., 306.

<sup>523</sup> Ebda.

<sup>524</sup> Ebda., 257. Vgl. *Hm* (Kürzel), “Sieben fette Jahre für Amerika,” *Neue Zürcher Zeitung* 21./22. Juni 1997: 21.

<sup>525</sup> Vgl. Barbara Ehrenreich, “Is the Middle Class Doomed?,” *New York Times* 7 September 1986, late final ed., section 6: 44.

<sup>526</sup> Vgl. Barlett and Steele, 1–14 und vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 152.

*American Dream* – war auch der Mythos demontiert. Reagans Versprechen von einer Teilhabe am amerikanischen Traum hatte sich für Millionen AmerikanerInnen als bittere Illusion erwiesen:<sup>527</sup>

A society built on the economic principle that the lowest price is all that matters will be quite different from a society built on the principle that everyone who wants to work should receive a living wage.<sup>528</sup>

In einer solchen Gesellschaft würde nicht mehr der Mensch als BürgerIn im Mittelpunkt stehen, sondern die Konsumentin bzw. der Konsument als Motor eines ungehemmten Wirtschaftsliberalismus für Wenige. In diesem Zusammenhang kann auch die Aussage des republikanischen Kongressabgeordneten David Dreier bei der Kongressdebatte zum NAFTA-Abkommen 1993, zitiert nach Barlett und Steele, gewertet werden: “It is to help the consumer gain the ability to purchase the best quality product at the lowest possible price.”<sup>529</sup> Diese Antwort auf die Frage nach der Notwendigkeit eines Freihandelsabkommens (mit allen Implikationen) ist Zusammenfassung und Rechtfertigung zugleich für die von Reagan initiierte Handelspolitik eines freien, globalen Wettbewerbs mit den niedrigstmöglichen Preisen und höchstmöglichen Auswahlmöglichkeiten für die Konsumentinnen und Konsumenten; sie steht als solche stellvertretend für den gesellschaftspolitischen Wandel durch *Reaganism* und *Reaganomics* im (US-amerikanischen) Raum.

Außenpolitisch sollten Reagans Popularität und sein “image of leadership”<sup>530</sup>, welches sich der neu gewählte Präsident gleich am Tag seines Amtsantritts (20. Januar 1981) mit der Freilassung der iranischen Geiseln geholt hatte,<sup>531</sup> den Kongress von der Notwendigkeit der Politik eines rigiden Antikommunismus überzeugen helfen. Durch den Appell an den amerikanischen Patriotismus vermochte Reagan die größte, in Friedenszeiten stattfindende militärische Aufrüstung seit 1940 in Bewegung zu setzen: Sein Fünfjahresprogramm sah eine Erhöhung der Verteidigungsausgaben um 1,2 Billionen US-Dollar (unter anderem zur Aufrüstung der Marine und Wiederaufnahme eines Bombenflugzeugprogramms) vor.<sup>532</sup> 1983 schockierte Reagan dann mit seiner Initiative, eine teilweise im Weltraum stationierte Raketenabwehr aufzubauen (SDI = *Strategic Defense Initiative Program* oder “Star Wars”), wodurch den USA im Falle eines nuklearen Krieges das Überleben gesichert sein würde.<sup>533</sup> Dieses Forschungsprogramm “zur Errichtung eines umfassenden boden- und weltraumgestützten Systems zur Abwehr strategischer ballistischer Raketen der ehemaligen UdSSR”<sup>534</sup> stand dabei – wie Kennedys Weltraumprogramm – in der Tradition der

<sup>527</sup> Vgl. Barlett and Steele, 26 ff.: Mit dem sinkenden Wohlstand stieg die Zahl der berufstätigen Frauen weiter an, um den Lebensstandard halten zu können. Die Geburtenrate fiel und junge Erwachsene wohnten länger zuhause und zeigte, dass sich immer weniger Menschen unter 34 Jahren eine eigene Wohnung leisten konnten.

<sup>528</sup> Ebda., 26.

<sup>529</sup> Ebda.

<sup>530</sup> Vgl. Larry McCaffery, “Storming the Floating World of Postmodern Hyperreality,” *American Book Review* 16.1 (April–May 1994): 5. Der amerikanische Literaturwissenschaftler nimmt darin Bezug auf Jean Baudrillards Kulturkritik und kommentiert die 1980er-Jahre unter Ronald Reagan folgendermaßen: “Disneyland now is much more real than what lies around it. America’s ‘frontier’ is now Disneyland’s ‘Frontierland’, its political system dominated by actors, celebrities, and sports figures whose role is not to govern and lead but to present pleasing, commanding *images* of leadership.”

<sup>531</sup> Siehe auch den Eintrag zu IRAN-CONTRA AFFAIR in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>532</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 156, 304 f., 259 ff.

<sup>533</sup> Vgl. ebda., 259–62.

<sup>534</sup> Wersich, 690: Abgesehen davon, dass dieses Vorhaben Milliarden von US-Dollar gekostet hätte und die technische Machbarkeit bezweifelt wurde, bedeutete es den “Übergang von einer Strategie der wechselseitig gesicherten Zerstörung (MAD) zu einer Strategie des wechselseitig gesicherten Überlebens (MAS)”. 1984 wurde die *Strategic Defense Initiative Organization* (SDIO) mit der Durchführung dieses Programms beauftragt. SDI sollte später als “eine der wenigen klassischen *top-down*-Rüstungsentscheidungen, welche die Rüstungspolitik, die Strategiedebatte und den Rüstungskontrolldialog in den 1980er-Jahren prägte” beurteilt werden, wobei “Reagans strategische Vision, die Kernwaffen ‘impotent and obsolete’ zu machen, möglicherweise erst seine nuklearkritische und radikale nukleare Abrüstungspolitik ermöglicht” hat. Reagans Vision sollte trotz Ende des Kalten Krieges ihre Fortsetzung in der Bush- und auch in der Clinton-Administration finden, wobei der Feind seine Neudefinition in der Dritten Welt und das Programm damit seine Fortsetzung gefunden hatte. Letzteres lässt sich vor allem auf “das wachsende Eigeninteresse des militärisch-technologischen Industriekomplexes” in den USA zurückführen.

Machbarkeitsphilosophie, der zufolge es galt, mit dem Glauben an den „größtechnologischen Perfektionismus“<sup>535</sup> eine „neue“ Frontier zu überwinden. Mit seiner antisowjetischen Rhetorik, Reagan würde die UdSSR immer wieder als „evil empire“ (Reich des Bösen) verteufeln,<sup>536</sup> brachte Ronald Reagan die USA und den Rest der Welt nicht nur einmal an den Rand eines nuklearen Holocausts: So sprach Präsident Reagan beim Mikrofontest für eine Radioansprache 1984 den folgenden, weltweit Aufsehen erregenden (unverantwortlichen) Satz: „My fellow Americans, I am pleased to tell you today that I've signed legislation that will outlaw Russia forever. We begin bombing in five minutes.“<sup>537</sup> Das deklarierte Feindbild Nr. 1 der USA – der Kommunismus – hatte Reagan 1985 auch zum Erlass der so genannten *Reagan Doctrine* veranlasst, worin finanzielle, wirtschaftliche und militärische Hilfen für Regierungen, die von kommunistischen Aufständen bedroht wurden, und für Guerillabewegungen, die marxistische Regime stürzen wollten, vorgesehen waren.<sup>538</sup> Diese Doktrin gründete auf Reagans Wahlversprechen von 1980, mit dem er den kommunistischen Einfluss weltweit bekämpfen und das Ansehen der USA im Ausland wiederherstellen wollte und die Dritte Welt in totalitäre und autoritäre Regimes einteilte. Danach wären totalitäre Regimes unfähig, sich demokratisch zu entwickeln, weswegen sie bekämpft werden müssten; autoritäre Regimes wiederum könnten sich durchaus friedlich in Richtung Demokratie verändern, weswegen sie unterstützt werden müssten (insbesondere dann, wenn sie antikommunistisch waren).<sup>539</sup> Als Teil einer neuen außenpolitischen Strategie in den 1980ern sollte die Reagansche Doktrin „low-intensity conflict“-Strategien – (LIC), das heißt unterschiedliche Maßnahmen der Einflussnahme auf Dritte-Welt-Länder legitimieren, um versteckt interventionistisch den sowjetischen Einfluss in der Dritten Welt zu bekämpfen und US-Interessen sowie deren Expansion zu verteidigen:<sup>540</sup> Eine solche Position ging wiederum auf John F. Kennedy zurück, der die eigene, nationale Sicherheit erstmals mit der Sicherung amerikanischer, wirtschaftlicher Interessen gleichgesetzt hatte: „When the stability of Third World countries is threatened by insurgency and revolution, the economic fate of America-based corporate interests and national security are placed in jeopardy.“<sup>541</sup> Eine solche „versteckte“ Gangart sollte es der Reaganschen Regierung ermöglichen, den seit der Vietnam-Niederlage stärkeren inneren Widerstand gegen offene (traditionelle militärische) außenpolitische Interventionen zu umgehen und Eigeninteressen auch weiterhin in den von Krisen geschüttelten und instabilen Ländern der Dritten Welt zu verteidigen. Mit der *Reagan Doctrine* wurden amerikanische Eingriffe zugunsten von Guerrillabewegungen in Angola, Nicaragua und Afghanistan und zugunsten von antikommunistischen Regierungen auf den Philippinen und in El Salvador gerechtfertigt.<sup>542</sup>

<sup>535</sup> Ebda., 576.

<sup>536</sup> Vgl. Gordon and Gordon, 605. 1986 wurde das „Reich des Bösen“ als neues amerikanisches Schlagwort popularisiert.

<sup>537</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 422.

<sup>538</sup> Ebda., 267.

<sup>539</sup> Ebda.

<sup>540</sup> Bruce Kuhre, „United States Foreign Policy in the 1980s: Business Almost as Usual?“ *Constructing the Eighties: Versions of an American Decade*, Eds. Walter Grünzweig, Roberta Maierhofer, and Adi Wimmer (Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1992) 67–81: Mit den nationalen Emanzipationsbestrebungen in der Dritten Welt war der Anspruch der USA, Weltereignisse zu steuern, nicht mehr gegeben. Unter der Bezeichnung „low-intensity conflict“ wurde daher eine neue Form der außenpolitischen Intervention gefunden, die auf der Grundlage einer „frontier worldview“ und dem Mythos des „manifest destiny“, die Expansion und Verteidigung von US-Interessen in der Dritten Welt legitimierte. Dahinter verbarg sich die Position, dass Frieden eine Illusion sei, weswegen sich die USA ob ihrer Verteidigung der Stabilität in der Welt in einem kontinuierlichen Kriegszustand befinden müsse. Die Strategie des „low-intensity conflict“ basierte daher auf einer kontinuierlichen, aggressiven, nichtsdestoweniger versteckten Einflussnahme auf das Denken und Leben der Bevölkerung in der Dritten Welt in Form einer kreativen Mischung aus wirtschaftlichen, psychologischen und militärischen Aspekten der Kriegskunst. So wurde auf Druck der USA die finanzielle Unterstützung durch die Weltbank verringert, Einfluss auf die Medien ausgeübt und Guerillabewegungen und militärische Einsätze wurden unterstützt. Zur Legitimation der eigenen Interessen wurden dabei auch Menschenrechtsverletzungen begangen oder geduldet. Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 257 f., 267–69, 273.

<sup>541</sup> Kuhre, 72.

<sup>542</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 315, 257 f., 267–77.

Gemäß der Parole “America is back – standing tall, looking to the Eighties with courage, confidence, and hope” (State of the Union Address 1984) legitimierte der US-Präsident die Stationierung von US-Friedenstruppen im Libanon, ordnete Libyens Bombardierung als Vergeltung für dessen Unterstützung von terroristischen Aktivitäten an und ließ US-Truppen in Grenada einmarschieren, um die dortige – dem Fidel Castro-Regime in Kuba wohlgesonnene – Regierung abzusetzen.<sup>543</sup> Mit der Genfer Gipfelkonferenz im November 1985 sollte sich jedoch eine Wende in der antikommunistischen Außenpolitik der USA vollziehen, die durch die Machtübernahme des reformfreudigen sowjetischen Generalsekretärs und späteren Präsidenten der UdSSR Michail Gorbatschow (1985–91) bewirkt wurde.<sup>544</sup> Gorbatschow suchte die politische Annäherung zum Westen, zu Europa und den USA, um die außenpolitischen Spannungen des Kalten Krieges zu beenden. Seine Strategie zur Finanzierung des Reformprozesses (*glasnost*, *demokratizatsiya* und *perestroika*) des sowjetischen Staats- und Wirtschaftsapparates sah dabei vor, über Verhandlungen mit den USA einen Abbau des Verteidigungseinsatzes (von Waffen wie Militärausgaben) unter anderem durch die Beendigung von Stellvertreterkriegen zu erwirken: Das russische Volk sollte damit für den Friedensprozess gewonnen, die eingesparten Militärausgaben sollten im eigenen Land umgepolt und investiert und dadurch das Interesse von ausländischen Investitionen am sowjetischen Markt generiert werden.<sup>545</sup> Der 1985 eingeleitete nukleare Rüstungskontrolldialog der beiden Weltmächte sollte – trotz “Streitpunkts” SDI und einer jahrelangen Phase des nuklearen Wettrüstens unter Ronald Reagan – Ende 1987 zu einem ersten Vertrag (*Intermediate-Range Nuclear Forces* – INF) führen, der den Abbau von Mittelstreckenwaffen in Europa und die spätere Zerstörung all solcher Waffenarsenale vorsah.<sup>546</sup> Damit waren konkrete Abrüstungsverhandlungen zwischen den USA und der UdSSR eingeleitet worden: Gorbatschows innenpolitische Umgestaltung fand ihr außenpolitisches Äquivalent im Rückzug sowjetischer Truppen aus Afghanistan und dem Ende der Unterstützung für Stellvertreterkriege in Angola und Namibia.<sup>547</sup> Mit der seit 1988 in den verschiedenen Ländern einkehrenden Demokratie sah sich Reagan nun in der Rolle des Hüters einer *Pax Reaganica*, eines Friedens, den George Bush mit seinem Wahlsieg 1988 fortzuführen versprach.<sup>548</sup>

Ronald Reagans achtjährige Amtszeit war von einem (fast) naiven Optimismus und einem unbeirrten Vertrauen in Amerika und seine (konservativen) Werte geprägt, was wesentlich zur Integrität der Figur Reagan und der Durchsetzung seiner politischen Gangart beitrug. Die Regierungszeit selbst war von einer noch nie da gewesenen Anzahl an Fällen von Wirtschaftskriminalität, Regierungskorruption und Skandalen, vor allem unter den Neuen Rechten, gekennzeichnet:<sup>549</sup> So war im Zuge des verstärkten Wettbewerbs durch die Maßnahmen der Deregulierung und weiterer, einschränkender “Risikostreufaktoren” mit der *Savings and Loans (S and Ls) Crisis* die größte amerikanische Bankenkrise “seit der großen Weltwirtschaftskrise” entstanden; unter anderem hatten (Fusions-)Spekulationen und das “nahezu zeitgleiche Auftreten der internationalen Verschuldungskrise” zum Zusammenbruch vieler Hunderter

<sup>543</sup> Ebda., 257 f., 269–71.

<sup>544</sup> Ebda., 258, 262–66.

<sup>545</sup> Ebda., 263.

<sup>546</sup> Vgl. Wersich, 688 ff.: Erst 1991 kam es zur Unterzeichnung eines weiteren strategischen Rüstungskontrollvertrages (START I: *Strategic Arms Reduction Treaty*).

<sup>547</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 315 f.

<sup>548</sup> David Beckwiths, “What to Expect: The outlook for the Bush years: Reaganism without ideology, persistence without brilliance – and serious trouble with Congress,” *Time* 21 November 1988: 28.

<sup>549</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 147: Unter der Regierung des langjährigen Vizepräsidenten Reagans, George Bush, wurden weitere große Wirtschaftsskandale bekannt, welche eine bis dahin unbekannte Verflechtung von Regierung und Wirtschaftsinteressen und von sozialer Indifferenz belegen: So waren unter anderem Regierungsmitglieder von Immobilienmaklern bestochen worden, damit ihnen Verträge vom HUD (US Department of Housing and Urban Development) zugeschanzt wurden.

*saving and loan associations* geführt.<sup>550</sup> Diese zumeist genossenschaftlich organisierten Bankinstitute sind auf Hypotheken und Konsumkredite spezialisiert und hatten als Kundschaft vor allem Arbeiterinnen und Arbeiter sowie die Mittelschicht. Diese Krise sollte daraufhin das Eingreifen der Bundesregierung bewirken, indem diese amerikaweit Sicherheiten stellte; allerdings gingen die 1988 plötzlich notwendig gewordenen 100 bis 200 Milliarden US-Dollar Kautionsleistung schließlich auf Kosten der SteuerzahlerInnen selbst.<sup>551</sup> Reagans Ansehen begann erstmals mit den Enthüllungen zum Iran-Contra-Skandal<sup>552</sup> Ende 1986 zu sinken. Trotz bekräftigter Ahnungslosigkeit war das Image des Präsidenten stark angeschlagen und die Effizienz seiner Amtsführung – in Form eines “loose managerial style”<sup>553</sup> – wurde stark angezweifelt. Aber auch Reagans totales Desinteresse an Umweltproblemen<sup>554</sup> und an der steigenden Anzahl von obdachlosen Menschen und Drogensüchtigen<sup>555</sup> sollten den Erfolg seiner *Trickle Down*-Theorie und sein Image letztendlich grundsätzlich in Frage stellen. Die soziale Reagansche Revolution hatte sich in gestiegener Arbeitslosigkeit, neuen Rassenspannungen, kriminalitätszerklüfteten Ghettos und mehr Gewalt<sup>556</sup> ausgewirkt und der Reagan-Administration den Vorwurf der Indifferenz gegenüber sozial Benachteiligten eingebracht.<sup>557</sup> Gerade mit der Bewegung der Neuen Christlichen Rechten und dem Aufkommen der tödlichen Krankheit AIDS Anfang der 1980er-Jahre hatte sich ein breiter sozialer und moralischer Konservatismus “öffentlich” durchzusetzen vermocht, der sich in einem enormen ‘white backlash’ vor allem bei Minderheiten- und Frauenfragen sowie bei den Rechten der Bürgerinnen und Bürgern zeigen sollte.<sup>558</sup> Obwohl viele liberale Entwicklungen ihre Fortsetzung in den 1980ern fanden, blieb von konservativer Seite nichts unversucht, um unter anderem mittels Regierungspolitik ein “neues” Gleichgewicht gemäß traditionellem Rollenbild bzw. männlichem WASP-Machtverständnis herzustellen.<sup>559</sup> Bestes Beispiel hierfür war das verfassungsmäßige Scheitern des von der Frauenorganisation NOW<sup>560</sup> propagierten “Verfassungszusatzes, der die Gleichberechtigung der Frauen sichern sollte”, des *Equal Rights Amendments* (mit dem Wortlaut “Equality of rights under the law shall not be denied or abridged by the United States or by any state on account of sex”)

<sup>550</sup> Vgl. ebda., 157. Wersich, 123 f.

<sup>551</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 145.

<sup>552</sup> Vgl. ebda., 271 ff.

<sup>553</sup> Gordon and Gordon, 569. Siehe auch Wilbur Edel, *The Reagan Presidency: An Actor's Finest Performance* (New York: Hippocrene Books, 1992)

<sup>554</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 150 f., 306, 502, 575, 580–82.

<sup>555</sup> Vgl. ebda., 380.

<sup>556</sup> Vgl. Ursula Voßmann, *Paradise Dreamed: Die Hölle der 80er Jahre in Bret Easton Ellis' Roman 'American Psycho'*, Arbeiten zur Amerikanistik 28, Hg. Peter Freese (Essen: Die Blaue Eule, 2000) 126–30. Voßmann hat sich in ihrer, in dieser Buchreihe veröffentlichten, Magisterarbeit mit der Zunahme von Gewalt in der Reaganschen Administration und der amerikanischen Gewaltproblematik generell auseinandergesetzt. So habe die Anzahl der Jahresmorde pro 100.000 EinwohnerInnen in den 1980ern “selbst für amerikanische Verhältnisse dramatische Ausmaße” angenommen; im Vergleich zu anderen kapitalistischen Wirtschaftsmächten wie Japan und Europa sei die US-Mordrate sogar sieben bis zehn Mal höher gelegen. “Bei jungen Männern zwischen 15 und 24 Jahren war die Mordrate in den USA sogar 4-73 Mal höher als in anderen Industrienationen”. Es ist heute “in den USA wahrscheinlicher, einem Gewaltverbrechen zum Opfer zu fallen, als durch einen Verkehrsunfall verletzt zu werden oder an Krebs zu sterben”. Neben der hohen Zahl habe sich auch die Art der Gewaltverbrechen verändert, die auf “immer grausamere, menschenverachtendere Weise verübt wurden, [... wobei die] Morde ohne erkennbares Motiv in der Dekade um 270 % anstiegen.” Laut Voßmann kann durchaus die Aussage getroffen werden, “dass tödliche Gewaltverbrechen in den USA zunehmend psychopathischen Verhaltensmustern unterliegen.”

<sup>557</sup> Gordon and Gordon, 569.

<sup>558</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 47, 379, 398, 406, 483, 560.

<sup>559</sup> Vgl. ebda., 359 f., 310 f., 369: Trotz steigender Präsenz von Frauen auch auf politischer Ebene – Reagan ernannte mit Sandra Day O'Connor 1981 erstmals eine Frau zur Obersten Richterin im Obersten Gerichtshof; die Demokratische Partei ernannte 1984 mit Geraldine Ferraro eine Frau als Präsidentschaftsvizekandidatin – verdienten Frauen 1985 nur 63,6 Cent für jeden US-Dollar, den ein Mann verdiente. Eine Studie der Equal Employment Opportunity Commission (Gleichstellungskommission für Arbeit) hatte bereits 1981 gezeigt, dass Frauen nur etwa 60 % des Verdienstes von Männern in vergleichbaren Berufen haben.

<sup>560</sup> Siehe Wersich unter dem Begriff NOW, 504: Aus Unzufriedenheit über das mangelnde Interesse an den Frauenrechten gründeten einige Frauen 1966 eine eigene Organisation – die *National Organization for Women* (NOW) – mit dem Ziel “to take action to bring American women into full participation in the mainstream of American society now, assuming all the privileges and responsibilities thereof in truly equal partnership with men.” Mitbegründerin und spätere Präsidentin war Betty Friedan.

Mitte 1982, weil nur 35 der notwendigen 38 Bundesstaaten das Gesetz ratifiziert hatten.<sup>561</sup> Ein weiteres Beispiel war die “aktive Gleichberechtigungspolitik”, die öffentliche wie private Unternehmen aufforderte, ‘to take affirmative action’ zugunsten gleicher Beschäftigungschancen für ethnische Minderheiten und Frauen. Reagan sollte den Generalstaatsanwalt jedoch anweisen, *affirmative-action*-Programme abzubauen und selbst immer wieder öffentlich die Effizienz der Bürgerrechtsbewegung angreifen; allerdings musste er auf Druck aller Kongressparteien bei der Erweiterung des *Civil Rights Acts* von 1964 nachgeben.<sup>562</sup> Neokonservatives Gedankengut wurde mit dem religiösen Fernsehen und verschiedenen religiösen Aktionsgruppen vor allem über den 1972 gegründeten ‘Business Roundtable’ (BRT), einer Organisation von US-amerikanischen Unternehmen, die bis heute mittels direktem Lobbyismus von Kongress- bzw. Senatsmitgliedern Einfluss auf die Wirtschaftspolitik und deren Verbreitung in der Öffentlichkeit nimmt, durch die *Business Political Action Committees* (PACs) sowie durch die finanzielle Förderung konservativer *Think Tanks* an den Universitäten in die allgemeine politische Debatte eingebracht.<sup>563</sup> Ein beliebtes Mittel zur Blockade von Reformen war deren Institutionalisierung, womit weitere Forderungen der verschiedenen Bewegungen unterbunden werden konnten. Trotz öffentlicher und medialer Propagierung eines grundsätzlichen Konservatismus bestanden viele soziale Trends der 1960er- und 1970er-Jahre im privaten Leben fort und wirkten in den neuen Familien- bzw. Lebensstrukturen erkennbar weiter.

Die 1980er-Jahre waren von Opportunismus, Maßlosigkeit, Skrupellosigkeit und zunehmender Indifferenz geprägt; es sind die Eigenschaften, die mit der Implementierung der Ideologie des Hyperkonsumismus gefördert wurden. Mit der Verwendung des Begriffes der “Wahl” (*choice*) als Recht des Einzelnen und dessen Gleichsetzung mit persönlicher Freiheit, die im freien Markt zum Ausdruck kommt, war der einzelne Mensch in seinem Selbstverständnis in den 1980er-Jahren ideologisch zur Konsumentin bzw. zum Konsumenten erzogen worden. Mit der gleichzeitigen Deregulierung und Einbindung von immer mehr privaten und öffentlichen (Lebens-)Bereichen in eine Marktmechanismuslogik haben sich auch die Bewertungsparameter und damit das Werteverständnis der AmerikanerInnen zu verändern begonnen: So hat (nur) das Wert, was marktgerecht und profitorientiert ist; (nur) das, was neu und nicht ver- bzw. gebraucht ist. Diese Entwicklung geht auf die Abgabe der regierungspolitischen Verantwortung an den einzelnen Menschen im freien Markt zurück. Damit hatte der Staat seine aktive Rolle in der amerikanischen Gesellschaftspolitik an Wirtschaft und Massenmedien verspielt. Am freien Markt unterliegt aber auch die Privatsphäre der AmerikanerInnen den Marktkriterien, weswegen im hyperkonsumistischen Kreislauf der freien (Aus-)Wahl auch die Privatsphäre nach und nach geöffnet und “marktgerecht” ausgeschlachtet wurde. Einmal öffentlich ist jedes vormalige Tabu reglementierbar und das Privatleben sozial kontrollierbar. Damit fand das Eindringen des Spätkapitalismus in alle Lebensbereiche statt, und zwar – entgegen der weitläufigen Meinung – nur mithilfe eines recht “zentralistisch” ausgerichteten Staates.

*Reaganism* hat nicht nur die Selbstwahrnehmung der amerikanischen BürgerInnen als Konsumentinnen und Konsumenten in einem freien, amerikanischen Markt revolutioniert; *Reaganism* hat mit dem veränderten politischen Diskurs und den gesetzten Maßnahmen auch das “Ego” als neues “Wir” legitimiert:

---

<sup>561</sup> Wersich unter dem Begriff *Equal Rights Amendment* (ERA) und vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 398–400.

<sup>562</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 300, 349 f.; vgl. Wersich, 20–23.

<sup>563</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 301 ff.

Political discourse, which since the New Deal era of the 1930s had focused on social justice and the fine-tuning of social programs to help the needy, shifted to a debate over how to reduce government spending and bureaucracy – both of which Reagan had increased vastly, despite campaign promises to the contrary.<sup>564</sup>

Mit der Wahl Ronald Reagans zum amerikanischen Präsidenten war eine neue Expansionsphase im Spätkapitalismus, das Zeitalter des Hyperkonsumismus eingeleitet und Amerika in den 1980er-Jahren grundlegend verändert worden.

Mit der politischen Kultur des *Reaganism* – basierend auf der technoideologischen Chiffrierung nach Evan Watkins – wurden die USA geistig wie wirtschaftlich zum Hyperkonsumismus erzogen. Mit der Absorption dieser Ideologie, die ein post-kapitalistisches/post-fordistisches Wirtschaftssystem stützt, hat dieses Gedankengut in seiner globalen Ausgestaltung, dem Neoliberalismus, auch Eingang in die sozialmarktwirtschaftlich organisierten Demokratien Europas gefunden und seine Bürgerinnen und Bürger zur Wegwerfgesellschaft erzogen und so als gängige politische Kultur überlebt.

### **Von der Ware zum Lebensstil**

Der Computer und das Fernsehen waren die augenscheinlichsten Motoren des US-amerikanischen Fortschritts seit den 1950er-Jahren.<sup>565</sup> Mit ihnen sollte sich 30 Jahre später der Übergang von einer Produktions- zu einer Dienstleistungsgesellschaft vollziehen, wobei der Schwerpunkt der wirtschaftlichen Prozesse primär auf dem Konsum der produzierten Waren und nicht mehr auf dem Produzieren lag. Damit war, wie beim Übergang von der Agrar- zur Industriegesellschaft Anfang des 20. Jahrhunderts, mit der Veränderung im Produktionsprozess und der elektronischen Automatisierung auch ein weiterer grundsätzlicher Eingriff in den menschlichen Wahrnehmungsprozess verbunden. Die Arbeit in den bürokratischen und anonymen (multinationalen) Unternehmen seit Mitte des 20. Jahrhunderts hatte eine Dienstleistungsgesellschaft geschaffen mit Produkten, die als solche unberührbar, unsichtbar und einer willkürlichen Beurteilung ausgesetzt waren.<sup>566</sup> Die Massenmedien fanden sich daher zunehmend in der Rolle von "kritischen" Betrachtenden und Urteilsgebenden wieder, gleich wie dies die Werbung mit der Schaffung von Markenidentitäten zur Unterscheidungsfähigkeit von gleichwertigem Warenangebot werden würde. Es hatte sich ein Kreislauf entwickelt: Wohlstand und Freizeit boten die Möglichkeiten zu konsumieren, das Konsumieren war als Ausdruck des 'American Way of Life' zur Selbsterfüllungsstrategie geworden, während ein ideologisches Zusammenspiel aus Politik und Wirtschaft die amerikanische Bevölkerung mehr (in den 1950er-/60er-Jahren) oder weniger (in den 1970er-Jahren) erfolgreich zum Konsumieren anzuregen vermochte.

Die breite Popularisierung des Computers Anfang der 1980er-Jahre sollte mit der Verlagerung der Dienstleistungen bzw. Produkte in eine zunehmend virtuelle Welt auch eine radikal veränderte und elektronisch-digitale Wirtschaftsorganisation bewirken:<sup>567</sup> Mit dem Begriff der 'lean production' wurde eine

---

<sup>564</sup> Vgl. ebda., 258.

<sup>565</sup> Vgl. die Artikelserie "Spiegel des 20. Jahrhunderts" und insbesondere den Themenblock VI "Das Jahrhundert der Elektronik und Kommunikation" in *Der Spiegel* Ausgaben 17, 18, 19/1999.

<sup>566</sup> Vgl. Nye, 183 ff.

<sup>567</sup> Vgl. Robert Jungk, "Ausblick auf die Zukunft" in *Chronik der Menschheit*, Hg. Bodo Harenberg (Dortmund: Chronik, 1984). Jungk kündigte bereits Anfang der 1980er-Jahre – zeitgleich mit der stattfindenden



computertechnologische Produktion eingeführt, die – kombiniert mit japanischen Managementtechniken – zu optimal koordinierten Produktionssystemen führen würde:<sup>568</sup>

[It] combines the advantages of craft and mass production, while avoiding the high cost of the former and the rigidity of the latter. Towards this end, lean producers employ teams of multiskilled workers at all levels of the organization and use highly flexible, increasingly automated machines to produce volumes of products in enormous variety. [...] Lean production [...] is 'lean' because it uses less of everything compared with mass production – half the human effort in the factory, half the manufacturing space, half the investment in tools, half the engineering hours to develop a new product in half the time.<sup>569</sup>

Das von japanischen Toyota-Ingenieuren entwickelte und eingeführte System sollte den Unternehmen eine massive Rationalisierung bei den Arbeitsgängen und mehr Produktdifferenzierung ermöglichen, was den Terminus "post-fordistische" Produktion prägte. Das grundsätzliche Verhältnis KonsumentIn – ProduzentIn gemäß Henry Fords Annahme "the producer is also the consumer, the consumer is also the producer" wurde damit erstmals auf den Kopf gestellt.<sup>570</sup> Begleitet von dem tiefgehenden Wirtschaftsstrukturwandel in Richtung Dienstleistungsgesellschaft sollte diese Entwicklung in der Folge auch einen entscheidenden gesellschaftlichen Wandel bewirken: So wurden die ehemals hoch bezahlten und qualifizierten Industriearbeitsplätze Ende der 1980er durch schlecht bezahlte und unqualifizierte Dienstleistungsjobs ersetzt (Ende des 20. Jahrhunderts arbeiteten bereits 3/4 der 113 Millionen Angestellten in den USA im Dienstleistungssektor, in dem ein verstärkter Wettbewerbsdruck und eine geringe Gewerkschaftsabsicherung herrschten)<sup>571</sup>; die nicht qualifizierten Industriearbeitsplätze wurden abgebaut und fielen vielfach der rationalisierten, computerisierten Fabrikproduktion zum Opfer oder aber wurden in die "billigeren" Entwicklungsländer verschoben, was ein Sinken des Lohnniveaus in den Industrieländern bewirken sollte.<sup>572</sup> Die Arbeitsplätze im Dienstleistungssektor wiederum begannen im Vergleich zu früheren Arbeitsplätzen eine neue Beschäftigungsstruktur aufzuweisen: Zeitbegrenzt folgten diese auch neuen, so genannten flexibleren Lohnmodellen, bei denen Lohn und Kaufkraft auseinanderklaffen und ehemalige Sozialleistungen teilweise von den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern selbst getragen werden müssen. Von den Arbeitssuchenden wiederum wurde in der neuen (sich herausbildenden) Wirtschaftsstruktur vor allem "Flexibilität und Mobilität" abverlangt, da die Vorstellung, einen Arbeitsplatz "lebenslang" innezuhaben, in den 1990ern überholt sein würde. Ein erstes Merkmal dieser weltweiten Umstrukturierung

---

Entwicklung – das wirtschaftliche Szenario einer elektronisch orientierten Dienstleistungsgesellschaft und ihre Vernetzung in einer globalen Wirtschaft an. Der darin prognostizierte rapide Anstieg der Arbeitslosigkeit sowohl in den Industriestaaten als auch in der "Dritten" Welt sollte sich Ende der 1990er-Jahre bewahrheiten: "[...] Anfang der 1980er-Jahre wurden in den westlichen Industriestaaten Arbeitslosenraten von durchschnittlich 5 bis 10 % gezählt, in der Dritten Welt erreichte die Zahl derer, die ohne regelmäßige Arbeit ihr Leben fristeten, durchschnittlich sogar 40 %. [...] Hier sind die Gründe sowohl im schnellen Bevölkerungszuwachs wie im Vordringen der aus den Industriestaaten importierten Mechanisierung zu suchen, die von den Eliten schneller vorangetrieben wurden als die Gesellschaft es verkraften konnte. [...] Die Beschäftigungslage in diesen Breiten wäre vermutlich noch kritischer, wenn nicht zahlreiche Industriekonzerne der nördlichen Hemisphäre einen beträchtlichen Teil ihrer Produktion in den Süden verlegt hätten, wo sie Arbeitskräfte fanden, die für einen Bruchteil der in Nordamerika, Westeuropa oder Japan bezahlten Löhne arbeiten. Besonders die Elektronik- und die Computer-Industrie, deren Produkte verhältnismäßig geringe Gewichte haben und schnell per Flugzeug über Tausende von Kilometern zur Endfertigung in den Niederlanden oder Deutschland, den USA oder Kanada transportiert werden können, haben von den niedrigen Löhnen und der Geschicklichkeit der jungen ArbeiterInnen in Korea, auf den Philippinen und in Singapur profitiert. Gerade diese Produkte – beispielsweise die 'Microchips' – trugen dann in den 1980er-Jahren wiederum entscheidend zum Verlust von qualifizierten Arbeitsplätzen in den Industrieländern bei." (1067)

<sup>568</sup> Vgl. James P. Womack, Daniel T. Jones, and Daniel Roos, *The Machine that Changed the World* (New York: Rawson, 1990). Den Begriff "lean production" hatte der Maschinenbauingenieur und MIT-Absolvent John Krafcik geprägt, der das System bei seiner Arbeit im Qualitäts- und Fertigungsmanagement beim Joint Venture von General Motors und Toyota kennengelernt und daraufhin als Researcher am MIT weltweit studiert hatte.

<sup>569</sup> Ebda., 13.

<sup>570</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 21 ff.

<sup>571</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 152, 303.

<sup>572</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 21 ff.

war das Aufkommen der Zeitarbeitsagenturen in den USA in den 1980ern, wo Arbeitskräfte erstmals an Unternehmen "verliehen" wurden. Vermittelten Zeitarbeitsagenturen Arbeitskräfte für zunächst nur unqualifizierte Jobs, wurden Ende der 1990er als Folge der Fusionen auch höchstqualifizierte Arbeitskräfte für kurzfristige Projekte oder in Problemlösungsteams eingesetzt. Gut dotierte Jobs werden heute vielfach nur mehr über Dritte – über Personalagenturen – vermittelt.

Diese Verschiebungen von einer industriellen Produktionsform zur (elektronischen) Dienstleistungsarbeit haben zwar auf vielen Ebenen (beim Lohn, bei der Vielschichtigkeit der Arbeitstätigkeiten usw.) stattgefunden, das "kapitalistische" Wirtschaftssystem jedoch nie verlassen.<sup>573</sup> Was sich laut Watkins aber grundsätzlich verändert hat, ist das Verhältnis zwischen dem Menschen als ProduzentIn und KonsumentIn gegenüber dem als DienstleisterIn (*service worker*) und KonsumentIn (*consumer*). Gab es bei der industriellen Produktion zwischen den Arbeiterinnen und Arbeitern und den Konsumentinnen und Konsumenten fast keine oder selten eine Interaktion, haben DienstleisterInnen sehr oft und lange Kontakt mit den Konsumentinnen und Konsumenten:

[but] what from the perspective of production appears to be 'indirect labour', [...] from the perspective of consumption appears to be directly *visible* labour. [...] what's at issue is less a matter of some simultaneity of production and consumption than the relation of *service workers to consumers*, the emergence of multiple, variegated structures of contact between a work force and a 'consumer force'.<sup>574</sup>

Da *service workers* (DienstleisterInnen) gleichzeitig auch *consumers* (Konsumentinnen und Konsumenten) sind und umgekehrt, würden sich die neuen Kontaktstrukturen zwischen *service workers* und *consumers* zweifelsohne bereits auf die persönliche Identitätsfindung im Spannungsfeld von "Arbeit" und "Konsum" auswirken: Und zwar so, dass mit dem Verschwimmen der Grenzen zwischen der Rolle als *consumer* und der als *service worker* das vormalige Spannungsfeld – "You can buy a service, but not an industrial" – zugunsten einer fortwährenden Verfügbarkeit des *service worker* aufgehoben wurde.<sup>575</sup>

Mit dem Computer als zentralem Denkwerkzeug sollten die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien auch den Grundstein für die Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts legen. Ein breiter und vernetzter Informationszugang ist heute einziges Mittel, um auf ein wirtschaftspolitisches Machtgefüge dezentralisierend zu wirken: Ein fehlender bzw. beschränkter Zugang zu diesem neuen Machtinstrument – auch das zeigt sich im Alltagsleben immer deutlicher – führt unweigerlich zu gesellschaftlicher Ausgrenzung, zu "elektronischen" In- und Outsiders und damit zu einer neuen Form von Diskriminierung zwischen Wissenden und Nichtwissenden:<sup>576</sup>

Die wohl größte Herausforderung bei der Schaffung von virtuellen Welten ist, ihre Konstruktion und ihre Verwaltung in den Griff zu bekommen. Die Verwaltung einer solchen virtuellen Gemeinschaft ist vergleichbar mit dem Regieren eines ganzen Staates. Cyberspace-Architekten sollten von den Prinzipien der Soziologie und Ökonomie genauso viel lernen wie sie von der Computerwissenschaft lernen. Wir favorisieren eine agorische Entwicklung von virtuellen Welten im Gegensatz zu einer zentralistischen oder sozialistischen. (Morningstar & Farmer 1990, Entwickler von "Habitat", der ersten grafischen Online-Umgebung)

---

<sup>573</sup> Vgl. Watkins, 43 ff.

<sup>574</sup> Ebda., 44.

<sup>575</sup> Ebda.

<sup>576</sup> Diese Feststellung gewinnt mit der Forderung des seit 1997 amtierenden UN-Generalsekretärs Kofi Annan für eine weltweite Bildungsoffensive an zusätzlicher Bedeutung, "um [so Annan] allen Völkern Zugang zu besseren Lebensbedingungen zu schaffen. Wissen sei die Währung, in der sich Nationen auf dem Weltmarkt behaupten müßten". (*dpa* 27. April 1999)

Mit der Computerrevolution in den 1980er-Jahren hatte sich mit einem breiteren Informationszugang und -angebot auch die inhaltliche und formale Gestaltung von Gebrauchsgegenständen grundlegend geändert.<sup>577</sup> Die neue elektronische Welt wurde nach außen hin sichtbar: durch Menschen, die beispielsweise einen CD-Spieler oder ein Notebook trugen, durch neue elektronische Kommunikationsmittel, die die Arbeit der Menschen in den Unternehmen, Betrieben und Geschäften erleichterten, aber vielfach auch monotoner machten. Diese Miniaturisierung der elektronischen Geräte brachte für die Konsumentinnen und Konsumenten die Loslösung von einem räumlich fixierten Ort und damit den unmittelbaren Informationszugang. Der Mensch wurde in seinen Unternehmungen de facto mobiler (das heißt jedoch nicht unbedingt persönlich freier) und damit flexibler. Die schnellen und globalen Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten wiederum ermöglichten die Verbindung mit einer breiten, wenn auch unsichtbaren und abstrakten Öffentlichkeit. Im Gegenzug jedoch würde sich der einzelne Mensch zunehmend von seiner Gemeinschaft isolieren und den Bezug zur unmittelbaren Umwelt verlieren. An seine Stelle traten nun Beziehungsmuster, die die neu entstandenen Konsum- bzw. Informationsgemeinschaften anboten und vermittelten. Mit einer Kommunikation, die in beiden Richtungen funktioniert, würden die Bindungen des Individuums an die elektronische Kultur und in der elektronischen Welt immer enger und undurchschaubarer werden:<sup>578</sup>

Electronic culture builds upon two-way communication to create many distinct products tailored to the needs of subgroups. Electronic culture permits differential mailing to households based on zip codes, cable television stations that 'narrow cast' to a well-defined public, radio stations that specialize in one musical form, and computer networks that foster ties between those with similar interests. The emergent electronic culture appears to be more dispersed yet global, more variegated yet uniformly available, more democratic yet technological, and more interactive, though on terms defined by computer software.<sup>579</sup>

Mit dieser Verschiebung in eine globale, elektronische Welt sind – wie bei der Schaffung der Großunternehmen und ihrer bürokratischen Strukturen in den 1950er-Jahren – Entfremdung und Destabilisierung der eigenen Identität einhergegangen. Das Fernsehen und der Konsumismus sollten aber weiterhin als größter gemeinsamer Nenner und Bezugsrahmen bei der Schaffung persönlicher wie kollektiver Identitäten in der modernen Konsumgesellschaft wirken;<sup>580</sup> sie haben mit dem Internet und der Möglichkeit einer virtuellen, völlig entfremdeten Identitätsbildung ab Mitte der 1990er-Jahre jedoch Konkurrenz erhalten: Mit den neu gewonnenen Möglichkeiten auswärts oder daheim zu arbeiten<sup>581</sup>, auf der Straße oder über den Bildschirm einzukaufen – mit der Auflösung der räumlichen Grenzen also – haben sich auch die Grenzen zwischen privatem und öffentlichem Raum unmerklich aufzuheben begonnen. Das eigene Leben wird in dieser globalen Welt als unbedeutender und anonym der Wunsch nach Selbsterfüllung und Beziehungsfindung, aber auch nach Bestätigung ist vordringlich geworden. Die Sehnsucht nach Selbsterfüllung ist durch die Konsumideologie im politisch-ökonomischen System jedoch längst vereinnahmt worden und der Mensch im Konsumzyklus ist von seinen "echten" Wünschen wie Sehnsüchten schon weit entfernt.

. . . in an advanced capitalist society . . . the need for people to consume has become as important, if not strategically more important, than the need for people to produce. Increased affluence and leisure-time, and the ability of significant sections of [the low and middle class] to engage in certain types of conspicuous

---

<sup>577</sup> Vgl. im Folgenden David Nyes Ausführungen zur "Electronic Culture" in *Modern American Culture*, 182–86.

<sup>578</sup> Vgl. ebda.

<sup>579</sup> Nye, 185.

<sup>580</sup> Vgl. Nye, 167, 186.

<sup>581</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 236: 1988 arbeiteten annähernd 9 Millionen AmerikanerInnen bereits daheim am Computer.

consumption, have in their turn served to accentuate this process. Hence, the growth of consumer credit, the expansion of agencies like advertising, marketing, design and public relations, encouraging people to consume, and the emergence of a postmodern popular culture, which celebrates consumerism, hedonism and style.<sup>582</sup>

Eine ganze Industrie hatte sich seit den 1970er-Jahren herausgebildet, die den Amerikanerinnen und Amerikanern nun bei ihrer Lebensgestaltung und Selbstfindung “half” und die die existentielle Bedeutung, welche das Konsumieren in der amerikanischen Gesellschaft in den 1980ern eingenommen hatte, perfekt illustrieren würde:<sup>583</sup>

Commodity relations had come to permeate every aspect of life; social life, erotic life, knowledge and culture, and this process inevitably alienated us from our own lives. The capitalist ‘spectacle’ – all the codes, messages, images and representations emanating from a superfluity of communications, information, technologies and virtual realities – was immensely seductive. It promised to satisfy all desires, relieve all burdens, fulfil every dream – but one could only achieve this nirvana through consumption. [...] Leisure, culture, art, information, entertainment and knowledge were all being reproduced as commodity and sold back to the consumer. Everything became ‘life-styles’ to be consumed so that our entire reality [...] became a second-hand one.<sup>584</sup>

Selbst der Kaufprozess ist durch die Kreditkarte zunehmend abstrakt und weiter unpersönlich geworden: Die Kreditkarte hatte als “Plastikkarte” und symbolische Stellvertreterin des Geldes seit den 1950er-Jahren den Zahlungsprozess bereits abstrahiert und breite Bevölkerungsteile in den USA gemäß dem Motto “Jetzt haben, später zahlen” verschuldet.<sup>585</sup> Die zusätzliche Einführung von “goldenen” bzw. “platinfarbenen” Kreditkarten in den 1980er-Jahren brachte eine weitere Entfremdung vom “Geldwertgefühl” und das Bewusstsein für einen (vermeintlich) höheren Status. Postindustrielle Konsumentinnen und Konsumenten – sie tauschen zunehmend Codes (Zahlenkombinationen) anstatt berührbarer Objekte aus<sup>586</sup> – haben damit vielfach den persönlichen Kontakt mit dem getauschten Geld, den Waren oder eben mit dem Verkaufspersonal verloren und müssen sich nun mehr denn je auf visuelle Darstellungen und Symbole verlassen.<sup>587</sup>

Mit der elektronischen Revolution in den 1980er-Jahren ging auch eine Konsumrevolution einher. Die Standardisierung und die Homogenisierung des Warensystems wurden mit neuen Technologien und Zugangsmöglichkeiten verändert, was beim “teleshopping” oder “home shopping” im Fernsehen oder am Computer sichtbar und in der perfekten Produktpräsentation in den großen Einkaufszentren und Hypermärkten erfahrbar wurde: Künstlich geschaffene soziale Welten sollten das Einkaufen zum Erlebnis machen und das Konsumieren als Sinn vermittelnde Lebensphilosophie bestätigen.<sup>588</sup> Im Gegensatz zu einer Einkaufsstraße war mit dem Einkaufszentrum oder der Shopping-Mall erstmals ein ausschließlich privat kontrollierter “öffentlicher” Raum geschaffen worden, der – frei von jedem anderen Zweck – einzig und allein dem Verkauf und dem Konsumieren gewidmet ist und der Begegnung von Menschen als (potenziellen) Konsumentinnen und Konsumenten dient. 1985 beschrieb der US-amerikanische Autor William Severini

---

<sup>582</sup> Strinati, 236.

<sup>583</sup> Vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 383–86, 425, 443. Siehe auch den Eintrag zum Thema SELBSTHILFE-BOOM in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>584</sup> Elizabeth Young, “Vacant Possession,” *Shopping in Space: essays on America’s blank generation fiction*, eds. Elizabeth Young and Graham Caveney (New York: Atlantic Monthly Press, 1993) 32.

<sup>585</sup> Vgl. Bruccoli and Layman, *AD 60s*, 82 ff.; vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 385: Mitte der 1980er-Jahre besaßen etwa 125 Millionen AmerikanerInnen eine Kreditkarte. Siehe auch den Eintrag zu AMERICAN EXPRESS in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>586</sup> Vgl. Hannes Dobelhofer im *Ö1-Radiokolleg* im März 1999 (ORF).

<sup>587</sup> Ebda.

<sup>588</sup> Vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 385 und vgl. Nye, 183 ff.

Kowinski in seinem Standardwerk *The Mall of America: an inside look at the great consumer paradise* die Shopping-Mall als “cathedral of the postwar culture, the Garden of Eden in a box”, die in Amerika zu einem neuen Symbol für Privatsphäre und Sicherheit, aber auch letzten Heilmittel vor der eigenen Einsamkeit geworden war.<sup>589</sup> Als kontrollierte Umgebung bot das Einkaufszentrum den Amerikanerinnen und Amerikanern auch Zuflucht vor der Konfrontation mit unangenehmen Realitäten:

[...] war, terrorism, random murder, senseless death, toxicity in the biosphere, or of stupidity, mendacity, and psychosis in places high and low [...] When we feel helpless, we hide. An entire society tried to find shelter, first in suburbia and then in the psychological bomb shelter of the shopping mall.<sup>590</sup>

Das Konsumieren hatte sich in den 1980ern zur Freizeitbeschäftigung Nr. 1 der AmerikanerInnen entwickelt und das Einkaufszentrum oder die “shopping mall” als “consumer paradise” (mit Restaurants, Kinos und anderen Freizeiteinrichtungen) zum beliebtesten Aufenthaltsort außerhalb von Schule, Arbeitsplatz oder Heim gemacht.<sup>591</sup> Dass es heute 7 Tage in der Woche und 24 Stunden täglich möglich ist, in einer Shopping-Mall einzukaufen, belegt, dass das Konsumieren als unabdingbare Alltagsrealität der (amerikanischen) Bevölkerung zum Normalzustand geworden und mit Lebenserfüllung gleichgesetzt ist.

Nach dem Zerfall der protestantischen Arbeitsethik, der Einführung der Konsumideologie im Kalten Krieg, der Aufnahme der “Konsumentin” bzw. des “Konsumenten” in die Parteirhetorik der politischen Rechten sowie dem Aufkommen neuer Massenkommunikations- und Informationsmittel hatte sich der Konsumismus als erfolgreichste Religion in einer zunehmend fragmentierten Gesellschaft erwiesen. Die Festlegung des partizipierenden Menschen als Konsumentin bzw. Konsumenten sollte sich darin als nur allzu logische Folge belegen lassen.

Je mehr Anonymität und Entfremdung, desto mehr künstlich generierte Intimität. Mit den am Anfang der 1980er-Jahre stattfindenden Unternehmensfusionen wurde nach einer Strategie gesucht, die den neuen Unternehmen in dem immer stärker werdenden Konkurrenzkampf langfristig das Überleben sichern sollte: Die Unternehmen produzierten nicht mehr nur ein Produkt, sondern viele Produkte; die Produkte selbst waren gleich oder nur wenig differenziert oder stammten aus verschiedenen Produktbereichen.<sup>592</sup> Das Produktangebot war weitaus größer geworden als seine Nachfrage. Die Konsumentinnen und Konsumenten mussten neu und langfristig an die Unternehmen und ihre Produkte gebunden werden. Der langjährige Absatz der Produkte durch den “guten” Namen eines Unternehmens als Garantie für das Produkt selbst hatte – ob der Produktvielfalt und Unternehmensdifferenzierung – strategisch ausgedient. Die Lösung bot wiederum die “Marke”.<sup>593</sup> Mit der (gezielten) Schaffung von Markenidentitäten wurde nun eine Brücke vom produzierenden zum konsumierenden Menschen, der sich mit der Wahl seiner Marke selbst verwirklichen sollte, geschlagen:

The unique power of advertising lies in its ability to build and maintain successful, enduring brands by creating perceptual entities that reflect the consumer’s values, dreams, and fantasies. Advertising turns products into brands by mythologizing them – by humanizing them and giving them distinct identities, personalities, and sensibilities that reflect our own. In some sense, advertising brands have, in our

---

<sup>589</sup> William Severini Kowinski, *The Mall of America: an inside look at the great consumer paradise* (New York: W. Morrow, 1985) 23.

<sup>590</sup> Ebda., 365 f.

<sup>591</sup> Siehe auch den Eintrag zum Thema SHOPPING in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>592</sup> Vgl. auch Gabriel and Lang, 34–38.

<sup>593</sup> Vgl. auch ebda.

consumption-driven society, come to serve a similar function as the ancient Greeks' pantheon gods. They function as projection holders wherein we project our dreams, fears, and fantasies.<sup>594</sup>

Die (standardisierten Massen-)Produkte sollten nun über die Marke gezielt pseudo-individualisiert<sup>595</sup>, sprich "humanisiert" werden: Die Konsumentin bzw. der Konsument würde sich mit dem Kauf eines Markenproduktes auch das spezifische Image, das die Marke vermittelte, aneignen – ein Stück Identität und (potenzielle) Teilhabe in dem spezifisch kreierten sozialen Kreis. Es gab nun Markenprodukte, die der Käuferin bzw. dem Käufer ein vorab definiertes (wie z. B. ein teureres, exklusives, jugendliches, sportliches, konservatives, progressives, umweltbewusstes) Image verliehen. Eine breite, parallel stattfindende Propagierung einer Markenidentität in der Werbung würde die TrägerInnen bzw. NutzerInnen dieser Markenprodukte für ihre Umgebung ob des vermittelten Images dann auch einschätzbar machen:

Eine Marke ist [die] Aura von Produkten, denn Produkte können von sich aus keine Ausstrahlung entwickeln. Das sind profane Alltagsgegenstände. Aura ist ja eine Art Strahlung, die im Allgemeinen von bedeutsamen Menschen ausgeht, vielleicht auch von heiligen Gegenständen. [...] Die Werbung ist im Grunde die große Kunst, diese Qualität des Menschlichen oder des heiligen Aura-Nimbus auf triviale Produkte zu übertragen. [...] In jedem Fall ist die Marke etwas Spirituelles, etwas Geistiges. [...] eine neue Marke muss über einen gewissen spirituellen Mehrwert, über einen geistigen Mehrwert konstruiert werden; das heißt, sie muss sehr viel mehr versprechen als ein bloßes Produkt, als bloße Bedürfnisbefriedigung. Es muss um den Entwurf eines Lebensstils, um so etwas wie ein philosophisches Identitätsangebot gehen, das man mit einer Marke verknüpft.<sup>596</sup>

Mit dem sehr zielgruppenspezifischen Angebot von Lebensentwürfen über die Marke und dem einsetzenden Markenkult wurde der Markt im Zeitalter des Hyperkonsumismus wiederbelebt. Und die Marke – das in einer bestimmten Preiskategorie aufgebaute Image – begann nun mehr denn je den Wert des Produktes zu bestimmen; das Produkt mit seinen Eigenschaften jedoch war in diesem Prozess unwichtiger denn je geworden. Diese Entwicklung von der Wertschätzung des konkreten Produktes zur Wertschätzung seines spirituellen Versprechens, und im Weiteren der mit den Markenprodukten verkörperten Lebensentwürfe, ist über die Marxsche Theorie des Warenfetischismus nachvollziehbar und damit begreifbar:

The mystery of the commodity form [...] consists in the fact that in it the social character of men's labour appears to them as an objective characteristic, a social natural quality of the labour product itself, and that consequently the relation of the producers to the sum total of their own labour is presented to them as a social relation, existing not between themselves, but between the products of their labour. Through this transference the products of labour become commodities, social things whose qualities are at the same time perceptible and imperceptible by the senses. [...] It is simply a definite social relation between men, that assumes, in their eyes, the fantastic form of a relation between things. [...] This I call the fetishism, which attaches itself to the products of labour as soon as they are produced as commodities, and which is therefore inseparable from the production of commodities.<sup>597</sup>

Mittels Marxscher Theorie des Warenfetischismus, in der die aufgebaute (soziale) Beziehung zwischen dem Arbeiter bzw. der Arbeiterin und seiner bzw. ihrer Arbeit auf das Produkt seiner bzw. ihrer Arbeit – die Ware – projiziert wird, analysierte der Philosoph der Frankfurter Schule, Theodor W. Adorno (\* 1903, † 1969) in

---

<sup>594</sup> Randazzo, 1.

<sup>595</sup> Das Konzept der "Pseudo-Individualisierung" geht auf Theodor Adornos viel kritisierten, da von einem elitären Standpunkt aus erklärten (aber nichtsdestoweniger brillanten) Essay "On Popular Music" (1941) zurück. Vgl. auch Bernard Gendron, "Theodor Adorno Meets the Cadillacs," *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture*, ed. Tania Modleski (Bloomington: Indiana UP, 1986) 18–38.

<sup>596</sup> Norbert Bolz über das Wesen der Marke in einem Gespräch mit dem Journalisten Gerhard Pretting für *Radio Ö1*, ORF, im Juni 1997. Vgl. auch Edith Runer, "Marke: Schlüssel zum Erfolg," *Dolomiten-Wirtschaftskurier* [Bolzano/Bozen] 24. März 1999: 3.

<sup>597</sup> Zitiert nach Karl Marx (1963, S. 183) in Strinati, 56 f.

den 1940er-Jahren die Kulturindustrie. Und er illustrierte dabei den Funktionsmechanismus, mit dem die ökonomische, politische und ideologische Herrschaft des Kapitals gesichert würde: “the real secret of success [...] is the mere reflection of what one pays in the market for the product. The consumer is really worshipping the money that he himself has paid for the ticket to the Toscanini concert.”<sup>598</sup> Nach Marx besitzen Waren in kapitalistischen Gesellschaften einen Gebrauchswert, der den Nutzen (praktischen Wert der Ware) für die KäuferInnen angibt, und einen Tauschwert, der über den Marktwert und damit über den Verkaufspreis entscheidet. Im Kapitalismus – so Marx – wird der Tauschwert immer den Gebrauchswert dominieren, da der kapitalistische Wirtschaftszyklus – Produktion, Marketing und Konsum der Waren – immer über die echten Bedürfnisse des Menschen herrschen wird. Nach dem englischen Soziologen Dominic Strinati sei dies grundlegend für Adornos Theorie der Kulturindustrie (und ihrer Funktionsweise), denn darin würde das Geld sowohl die Überlegenheit des Tauschwertes des Produktes (über den Gebrauchswert) als auch den Marxschen Warenfetischismus illustrieren.<sup>599</sup> Karl Marx:

That which is for me through the medium of *money* – that for which I can pay (i.e. which money can buy) – that am I, the possessor of money. The extent of the power of money is the extent of my power. Money’s properties are my properties and essential powers – the properties and powers of its possessor. Thus, what I *am* and *am capable* of is by no means determined by my individuality. I am ugly, but I can buy for myself the most *beautiful* of women. Therefore I am not *ugly*, for the effect of *ugliness* – its deterrent power – is nullified by money. I, in my character as an individual, am lame, but money furnishes me with twenty-four feet. Therefore I am not lame. I am bad, dishonest, unscrupulous, stupid; but money is honoured, and therefore so is its possessor.<sup>600</sup>

Das Geld ist also ein Beispiel dafür, wie eine *Sache* soziale Beziehungen zwischen den Menschen bestimmt und verändert; und das Geld ist das grundlegende Mittel, mit dem der Wert der Waren für die Menschen in einer kapitalistischen Gesellschaft festgelegt wird.<sup>601</sup> Aus diesem Grunde müssen wir den Preis, den wir für die Konzertkarte bezahlen, verehren und nicht das Konzert selbst, um zum Ausgangspunkt von Adornos Überlegungen zum “Erfolg” der Funktionsweise einer kapitalistisch begründeten Kulturindustrie zurückzukehren. Mehr als 50 Jahre später – im Juni 1997 – sollte der deutsche Medientheoretiker Norbert Bolz, auf die Frage antwortend, ob Marken die Referenzprodukte der heutigen Gesellschaft seien, mit der “Spiritualisierung” der Marken eine grundlegend veränderte Kultursituation beschreiben:

Es hat sich sicher die Situation verschärft, wenn man die Diagnosen der so genannten Kulturindustrie, wie sie Horkheimer und Adorno in den 1940er-Jahren schon vorgelegt haben, [zugrunde legt]. Verschärft dahingehend, als der Markt sehr viel mehr ist als nur eine Welt der Manipulation, der Kompensation, [...] der Bewusstseinsindustrie, wie es [...] Hans Magnus Enzensberger später präzisiert hat. Über diesen Zustand sind wir weit hinaus, denn heute ist es so, dass Menschen mit hohem Bewusstsein vom Markt und dann eben von den Marken und Markenangeboten etwas erwarten, was sie früher von der Philosophie, von der Wissenschaft und von der Religion erwartet haben, nämlich Sinnorientierung, Lebensphilosophie. Ich will es mit einem Beispiel rasch belegen: Der Chef von Harley Davidson, einer Firma, die einmal tief in einer Krise war, hat den Erfolg, den neuen Erfolg mit dem Satz begründet: ‘Wir verkaufen keine Motorräder, sondern eine Lebensphilosophie und gratis gibt es ein Motorrad dazu’. Das macht sehr schön deutlich, wie eine Marke sich mit einem spirituellen Mehrwert und nicht mit einem profanen Produkt in den Vordergrund spielt. Das ist sicher eine Entwicklung, [...] die Spiritualisierung des Marktes insgesamt, die für Adorno und Horkheimer so noch nicht abzusehen war. [...] Karl Marx ist mit seiner Warenanalyse aktueller denn je. [...] Denn was damals Warenfetischismus hieß, wird heute geradezu kulthaft zelebriert.<sup>602</sup>

598

Ebda.

599

Ebda., 58.

600

Zitiert nach Karl Marx (1972, S. 81) in Gabriel and Lang, 81.

601

Strinati, 57 f.

602

Norbert Bolz im Juni 1997 (*Radio Ö1*, ORF)

Den Unterschied zu Marx und Adorno sieht Bolz jedoch darin, dass es sich bei dieser Zelebrierung eines Markenbewusstseins um keinen manipulativen, “verdeckten, schleichenden, hinter dem Rücken der Konsumenten vollziehenden Prozess” mehr handelt, sondern um eine sehr bewusste Handlung. Im Gegenteil würde sich die Konsumentin bzw. der Konsument einem “geradezu frenetischen Kultus der Marke” hingeben; das ändere – so Bolz – natürlich nichts an der Tatsache, dass es Marx und seine Nachfolger waren, die erstmals das Bewusstsein der Welt für das Beziehungsgefüge, sprich das Ergänzungs- oder Substitutionsverhältnis, in dem Geld und Geist, Religion und Markt stehen, erkannt haben.<sup>603</sup>

Unterstützung beim Schaffen der neuen Markenidentitäten wiederum sollte die seit den 1950er-Jahren ausgereifte Konsumentenforschung bieten, die unter dem Begriff ‘Psychographics’ die Konsumentinnen und Konsumenten ab Ende der 1960er-Jahre erstmals nach ihren Anschauungen, Motivationen und Verhaltensweisen einteilte.<sup>604</sup> Mit der Erfindung des *Yankelovich Monitor* durch den Sozialwissenschaftler David Yankelovich wurde dann ab 1970 eine jährliche Untersuchung über mehr als 50 amerikanische Trends in Bezug auf Zeit, Geld, Zukunft, Familie, Selbst und Lebensstil publiziert.<sup>605</sup> Der *Yankelovich Monitor* bot eine erste wissenschaftliche Klassifizierung der Amerikanerinnen und Amerikaner als “Konsumentinnen und Konsumenten” an, dessen Erkenntnisse von da an den Unternehmen und Werbeagenturen, die selbst psychografische Marktrecherchen zu tätigen begannen, gegen Entgelt zur Verfügung standen. Mitte der 1970er-Jahre sollte ‘life style’ zum Begriff, “Lebensstil” zum gängigen Modewort in Werbe- und Marketingkreisen werden.<sup>606</sup> Nach einer Reihe von Untersuchungen und Interviews, in denen der Marktforscher Arnold Mitchell auf der Basis der Bedürfnispyramide des Psychologen Abraham Maslow die Art und Weise analysierte, wie Grundbedürfnisse Verhalten und Handlungen der amerikanischen Bevölkerung, insbesondere als Konsumentinnen und Konsumenten, beeinflussen würden, veröffentlichte Mitchell 1983 *The Nine American Lifestyles*, das Standardwerk der amerikanischen Klassifizierung von Konsumentinnen und Konsumenten.<sup>607</sup> Zeitgleich fanden Konsumentenpsychologie und Wirtschaft zusammen, um gemeinsam Wege und Strategien bei der optimalen Abstimmung von Konsummotivation und Angebotsentwicklung zu finden (was zur darauffolgenden “obsession with brands and the power of advertising to place them” führen sollte).<sup>608</sup> Das Ergebnis sollte die Entwicklung der Markenforschung (*brand research*) und eine seit 1983 jährlich abgehaltene “Advertising and Consumer Psychology Conference” sein mit der *Consumer Psychology Division of the American Psychological Association* als treibende Kraft dahinter: “Brand research was ‘needed’ to understand ‘consumer pull’, how consumers can be drawn to purchase particular brands through advertising.”<sup>609</sup> Verschiedene Untersuchungsmethoden wurden von da an entwickelt und verfeinert, unter anderem das Marktforschungsprogramm namens VALS (*Values and Lifestyles*); es sollte als meistgenutztes psychografisches System in den USA ab Mitte der 1980er-Jahre zur Grundlage für die Botschaften, Bewerbung und Verkaufsstrategien von unzähligen Produkten amerikanischer Unternehmen werden.<sup>610</sup>

---

<sup>603</sup> Ebda.

<sup>604</sup> Vgl. Berkeley Rice, “The Selling of Life-Styles: Are you what you buy? Madison Avenue wants to know,” *Psychology Today* 22.3 (1988): 46–50 als weitere Grundlage für meine Auseinandersetzung mit dem Hyperkonsumismus.

<sup>605</sup> Ebda., 47.

<sup>606</sup> Ebda.

<sup>607</sup> Ebda., 49.

<sup>608</sup> Gabriel and Lang, 35.

<sup>609</sup> Ebda.

<sup>610</sup> Rice, 49.



VALS makes it possible to personalize markets and to understand the target we're trying to reach better than any other piece of research. Sure, it does oversimplify. No matter what classification system you use you're distorting everybody is individual. But the alternative is to tailor advertising to 80 million individual households. (Jerry Hamilton, Ketchum Advertising, 1983)

Mit dem *Yankelovich Monitor* und einer auf individuelle Kundenstämme zugeschnittenen Marktforschung bzw. in firmeneigenen Marktforschungsabteilungen (Großunternehmen und Fernsehstationen haben seither eigene Marktforschungsabteilungen) wurden nun die Wünsche der Konsumentinnen und Konsumenten eruiert.<sup>611</sup> Grundlage hierfür stellten die unterschiedlichen Lebens- und Konsumgewohnheiten der verschiedenen sozialen (und demografischen) Schichten dar: "Social class distinctions are vital to consumer goods marketers. Social classes differ not only in their power, prestige, and wealth, but also in their *values, attitudes, lifestyles, and behaviour patterns*."<sup>612</sup> Mit dem Wissen über "versteckte" Motivationen, Wünsche und psychologische Einflüsse bei den Kaufentscheidungen der verschiedenen Konsumententypen konnte ein Produkt nun gezielter "verpackt" und beworben, kurzum vermarktet werden. Und mit dem Schaffen von Marken(identitäten) wurde nun auch das psychologische Konzept der "Wahl" genutzt (und ideologisch verändert): Bei der Wahl des Produktes bzw. der Dienstleistung sollte es also nicht mehr um die Kaufentscheidung an sich gehen, sondern um die alleinige (Aus-)Wahl zwischen zwei oder mehreren Marken, die nun als Entscheidung zwischen verschiedenen Lebensstilen, die die Marken vermitteln würden, vom Markt interpretiert und von den Konsumentinnen und Konsumenten, potenziellen Kundinnen und Kunden wahrgenommen wurde:<sup>613</sup>

Choice henceforth was defined in brand terms. Choice meant switching between brands, an advertising effect and thus theoretically subject to influence. [Deighton et al, 1994] Brands took on a human aspect and choice of brands, like choice of friends, was seen as a personality-dictated affair. [Sampson, 1993] Brands take on independent lives of their own, being ascribed financial value in themselves. [...] By the mid-1990s, the issue of brand value continues to be a sensitive issue. In the globalization process, the notion that choice might not be brand-dominated was explosive.<sup>614</sup>

Der Glaube an die Macht der Marke und an die Markenwahl als Ausdruck und Synonym von Individualität und Identität sollte – wie der Vorsitzende des Weltkonzerns Unilever, Sir Michael Perry, in seiner Ansprache als Präsident vor der UK Advertising Association 1994 bereits vorwegnahm – zum klassischen Credo für alle an der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen beteiligten Parteien in der globalen Unternehmenswelt werden:<sup>615</sup>

In the modern world, brands are a key part of how individuals define themselves and their relationships with one another. The old, rigid barriers are disappearing – class and rank; blue collar and white collar; council tenant and homeowner; employee and housewife. More and more we are simply consumers – with tastes, lifestyles and aspirations that are very different.

It's a marketing given by now that the consumer defines the brand. But the brand also defines the consumer. We are what we wear, what we eat, what we drive. Each of us in this room is a walking compendium of brands. You chose each of those brands among many options – because they felt 'more like you'.

---

<sup>611</sup> Vgl. Robert B. Settle and Pamela L. Alreck, *Why They Buy: American Consumers Inside and Out* (New York: Wiley, 1986). Vgl. auch die Weiterführung dieser Konsumtypen-Einteilung in Michael J. Weiss, *Latitudes & Attitudes: An Atlas of American Tastes, Trends, Politics, and Passions* (Boston: Little, Brown & Co., 1994), in welchem einander thematisch gegenübergestellte Konsumprofile in den einzelnen Bundesstaaten beschrieben werden.

<sup>612</sup> Settle and Alreck, 34.

<sup>613</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 35.

<sup>614</sup> Ebda.

<sup>615</sup> Ebda., 36.

The collection of brands we choose to assemble around us have become amongst the most direct expressions of our individuality – or more precisely, our deep psychological need to identify ourselves with others.<sup>616</sup>

Die Akzeptanz einer Marke bei *markenorientierten* Konsumentinnen und Konsumenten im Vergleich mit *nicht* markenorientierten hat auch ein verändertes Kaufverhalten bewirkt: Im Gegensatz zur Qual der Wahl bei den verschiedenen Produktangeboten wissen die Konsumentinnen und Konsumenten, KäuferInnen von Markenprodukten bereits ganz genau, was die Marke verspricht. Sie haben bereits mit der Wahl dieser Marke – und dem Versprechen damit, an dieser einen spezifischen Welt teilhaben zu wollen – ihre Auseinandersetzung mit dem spezifischen Produktangebot abgeschlossen: “Marken [verhelfen] dem Kunden zur Reduktion kognitiver Anstrengung.”<sup>617</sup> Das sei in einer Zeit, in der der Mensch (von Natur aus träge und gewohnt, die Informationsaufnahme und -verarbeitung auf ein Minimum zu reduzieren und seine Verhaltensmuster beizubehalten) mit Informationen unterschiedlichster Art und Herkunft überhäuft wird, erstrebenswert: “Marken [gewährleisten] dem Kunden ein Sicherheitsempfinden beim Kaufakt [und eliminieren] kognitive Dissonanz nach dem Kauf.”<sup>618</sup> Der sichere Griff zum Markenartikel sei somit – im Vergleich zur Qual der Wahl – zeitsparend und verringere laut dem Marketingfachmann Christoph Lucerna die psychische Belastung beim Einkauf. Diese vereinfachte Kaufentscheidung würde wiederum die Markenbindung stärken. Marken, die sich bewährt haben, werden somit häufiger gekauft (konsumiert): “Marken haben die Tendenz, das wert- oder mengenmäßige Kaufvolumen je Kauf des Kunden zu erhöhen.”<sup>619</sup>

Dieses Wissen um die Macht der Marken sollte in den 1980er-Jahren zur Entwicklung des “consumer [goods] franchising” führen: Unternehmen investieren nicht mehr in den Aufbau neuer Marken, sondern würden Konsumgüter-Unternehmen aufgrund ihrer “wertvollen” (d. h. wertimplizierten) Marken kaufen.<sup>620</sup> Paul Stobart, Manager der Interbrand Group plc., einem international führenden Markenberatungsunternehmen, hat in seinem Buch *Brand Power*<sup>621</sup> die “Macht” der Marke, Kraft und Stellenwert derselben, eruiert: So sind “Marken” mit dem starken Konkurrenzdruck und den Fusionen in den 1980er-Jahren zunehmend als “tradeable assets of great worth” betrachtet worden, was in der Folge einen Boom an Übernahmeaktivitäten ausgelöst hat.<sup>622</sup> 1988 sollte es sogar innerhalb weniger Monate zu den vier bedeutendsten internationalen Markenunternehmen-Deals mit einem Markenwert von über 50 Milliarden US-Dollar kommen; alle Deals betrafen den Lebensmittelsektor.<sup>623</sup> Diese Wirtschaftsriesen hatten erkannt, dass der finanzielle Erfolg bzw. das Überleben ihrer Unternehmen grundsätzlich von der Vermarktung ihrer Marken abhing. Denn die Macht der Marken lag neben dem hohen Wiedererkennungswert in der “emotionalen” Beziehung, die die Konsumentin (als Kundin) bzw. der Konsument (als Kunde) aufgrund des vermittelten Images zum Produkt aufgebaut hatte.<sup>624</sup> Hatte sich die Kundin bzw. der Kunde einmal für das Produkt einer bestimmten Marke entschieden, würden ein Zweit- und ein Drittkauf bereits vorgezeichnet sein: Jeder neuerliche Kauf desselben Produktes würde auf psychologischer Ebene das “erworbene” Image festigen. Die Macht der Marke hing also

<sup>616</sup> Zitiert aus der Rede von Michael Perry im Jahr 1994 in Gabriel and Lang, 36.

<sup>617</sup> Christoph Lucerna, “Marken schaffen Sicherheit,” *Dolomiten-Wirtschaftskurier* [Bolzano/Bozen] 10. Februar 1999: 11. Vgl. auch Gabriel and Lang, 37 f.

<sup>618</sup> Lucerna, 11.

<sup>619</sup> Christoph Lucerna, “Der Marke wachsen Flügel,” *Dolomiten-Wirtschaftskurier* [Bolzano/Bozen] 10. Februar 1999: 11.

<sup>620</sup> Vgl. Evan Sturza, “What’s in a name? Billions,” *Forbes* 28 November 1988: 202–7.

<sup>621</sup> Paul Stobart, ed., *Brand Power* (New York City: New York UP, 1994)

<sup>622</sup> Stobart, 8.

<sup>623</sup> Ebda: Es handelte sich dabei um den US-amerikanischen RJR Nabisco-Konzern, dessen europäische Marken an die französische BSN verkauft wurden, um das Unternehmen Philipp Morris, das “Kraft” und um die britische Grand Metropolitan, das das US-amerikanische Pillsbury-Unternehmen kaufte sowie um den Schweizer Nestlé-Konzern, der den britischen Rowntree-Mackintosh-Konzern erwarb.

<sup>624</sup> Ebda., 58.

von diesem “ungeschriebenen und unsichtbaren Pakt” zwischen Markenbesitzenden und den Markenkäuferinnen und -käufern ab.

[...] brands enable manufacturers to communicate directly with consumers regardless of the actions of the middleman. [...] Brand power provides security of demand and enables brand owners to generate strong and reliable streams of cash. [To use skillfully] the power of brands [means for the company today to be able] to increase market share in existing markets, to expand into new markets and to increase returns to shareholders.<sup>625</sup>

Die Bindung der Konsumentinnen und Konsumenten an ein Unternehmen war nun über klar definierte Markenidentitäten eine sehr direkte und zugleich starke geworden. Eine erfolgreiche Kommunikation zwischen den Unternehmen und ihrer Kundschaft, ein gutes Produktmarketing würden nun darauf gründen, mittels Werbung immer wieder Nutzen und Vorteile, den Mehrwert (Benefit) ihrer Marke mitzuteilen: “The key to infusing an old brand with new life [...] is to provide the consumer with new information about the brand.”<sup>626</sup> Die Benefits einer Marke wiederum würden auf einer künstlichen Differenzierung des (gleichförmigen) Produktangebots in derselben Produktkategorie gründen und über eine individuelle Markenpositionierung geschaffen werden: “One way to break out of the parity mind-set is to take a position for your brand that no one else in the category occupies. [...] We need to believe in a *Brand Profitability Cycle* and the power of honest salesmanship for major brands.”<sup>627</sup> Die Aussage des Werbefachmanns Joseph Plummer hatte mit den neuen Möglichkeiten bei der Bewerbung von Produkten als Marken zugunsten einer Umsatzsteigerung durchaus richtungsweisend gewirkt; das Überleben von Marken in den 1990er-Jahren sollte damit werbeintensiver und individueller denn je betrieben werden.<sup>628</sup> Eine Unterstützung der Werbewirtschaft bei ihren “millionenschweren” Entscheidungen fand seit den 1980ern auch durch verschiedene Publikationen wie der Fachzeitschrift *Marketing & Media Decisions* statt. Diese stellte beispielsweise in ihrer 18. Jahresuntersuchung die 200 Top-Marken des Jahres 1988 nach Werbeausgaben vor; für diese 200 Marken waren dabei 8,2 Milliarden US-Dollar an Werbeausgaben verwendet worden.<sup>629</sup> Die Wirtschaftszeitschrift *Forbes* veröffentlichte 1991 eine Liste von über 20 Unternehmen, welche die “stärksten” bzw. “etabliertesten” Marken besaßen (z.B. *American Brands* mit Pall Mall, Master Lock und Jim Beam).<sup>630</sup> “Kraft’s market value shot up \$4 billion when Philip Morris announced its intention to acquire the processed-food giant.”<sup>631</sup> Eine weitere *Forbes*-Liste zeigte die “rezessionssichersten” (gesündesten) 13 Unternehmen der USA auf, die aufgrund ihres “guten” Markennamens für einen Franchise-Vertrag interessant wären.<sup>632</sup> Solche Veröffentlichungen sind seit den 1980er-Jahren Teil der Wirtschaftsinformationen. Sie bestätigen, dass der Wert der Marke den Wert des Unternehmens bestimmt sowie das Vertrauen, das in dessen Produkte gesetzt wird.

Da sich nicht alle AmerikanerInnen ein (teures) Markenprodukt leisten konnten, begannen sich in den 1980er-Jahren auch günstigere Eigenmarken von vertrauten Handelsketten oder Modeunternehmen gegen die Konkurrenz der großen Marken durchzusetzen und als günstigere Produktlinie und “Hausmarke” zu einer

---

<sup>625</sup> Ebda., 9, 12 f.

<sup>626</sup> Vgl. Joseph T. Plummer, “Outliving the Myths,” *Journal of ADVERTISING RESEARCH* (Feb/Mar 1990): 27.

<sup>627</sup> Ebda., 28.

<sup>628</sup> Vgl. Gretchen Morgenson, “The Trend is not their friend: Consumers turning away from brand-name consumer goods,” *Forbes* 16 September 1991: 114–19.

<sup>629</sup> Vgl. “Top 200 brands products and services,” *Marketing & Media Decisions* (July 1989): 39.

<sup>630</sup> Sturza, 207.

<sup>631</sup> Ebda., 202.

<sup>632</sup> Ebda.

ernstzunehmenden Konkurrenz im Einzelhandel zu werden.<sup>633</sup> Denn mit der verstärkten Bindung an die verschiedenen Handelsketten war auch das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in diese Eigen- oder Hausmarken gestiegen. Das (bekannte) herstellende Unternehmen bürgte mit seinem Namen für eine ständige Qualitätsverbesserung, trug gleichzeitig zu einem höheren Produkt-Wertempfinden bei und genoss weiter einen Vertrauensvorteil gegenüber *no-name* oder *generic*-Produkten. Letztere waren Produkte ohne (klare) Markenprägung, die sich mittels Preises und einfacher Verpackung an die preissensibelste Konsumentenschicht wandten und in diesem Wettbewerb langfristig verloren: “The losers in this price-value tug-of-war are brands that do not have a clear image or other point of differentiation in a consumer’s mind.”<sup>634</sup>

Die werbestrategische Entwicklung von Marken hat in den 1980er-Jahren zur Differenzierung der (amerikanischen) Bevölkerung über Markenidentitäten und über den Kauf von *no-name*-Produkten auch zu deren Diskriminierung geführt. Das veränderte Einkaufsverhalten der (amerikanischen) Konsumentinnen und Konsumenten begann sich nun in einem neuen sozialen, von Marken(identitäten) geprägten Wertesystem zu widerspiegeln: Was nun als wertvoll bzw. wertlos wahrgenommen wurde, würde von nun an über das (Marken)Angebot bzw. dessen Nachfrage bestimmt werden.<sup>635</sup>

In the early 1980s [during the recession], consumers were asking themselves, “How do I make a good buying decision?” They were looking for the best deals, buying generic products, shopping at ‘warehouse’ retail outlets, and looking for rock-bottom prices. By the mid-1980s, the focus had shifted to conspicuous consumption. Many consumers [consciously] attempted to buy products that showed they had “made it”. In 1986, Americans had reached a distinct new set of social values that focused on overall quality of life. On the core of [it] is ‘streamlining’. Consumers have learned that neither getting the best deal nor buying premium products necessarily makes for the best choice. Thus, quality no longer means just ‘the best money can buy’, because in nonpriority categories consumers don’t want more quality than they need. Wide top quality and high price communicate value, so does a combination of lower quality and lower price. As long the relationship stays in balance, the consumer of the 1990s will perceive value.<sup>636</sup>

Anfang der 1980er-Jahre war die Nachfrage geringer als das Angebot. Mehr Verbrauch konnte nur durch *mehr Produkte* und *kürzere Produktzyklen* geschaffen werden. Ronald Reagans Präsidentschaft auf der Grundlage von *Reagonomics* und *Reaganism* sollte hierfür die idealen Bedingungen bieten und Voraussetzungen schaffen. Mit Reagans angebotsorientierter Wirtschafts- und Sozialpolitik und seiner neokonservativen Rhetorik sollte das Konsumieren von Regierungsseite technoideologisch legitimiert und gezielt forciert und zugleich die eigene “soziale” Verpflichtung wie Verantwortung als Mensch an eine marktorientierte Populärkultur und an die Privatwirtschaft abgetreten werden. Der Grundstein für die Verbrauchergesellschaft in ihrer hyperkonsumistischen Ausprägung als Wegwerfgesellschaft war gelegt. In der Folge wurden die AmerikanerInnen als Konsumentinnen und Konsumenten in ihrem Alltag mit immer neuen (ähnlichen und gleichen) Produkten und Dienstleistungen überschwemmt und mit immer neueren und erstrebenswerteren Lebensentwürfen überhäuft. Im aggressiven Werbekampf um die amerikanischen Konsumentinnen und Konsumenten – ausgetragen von Politik, Wirtschaft und Massenmedien – hatte das Konsumieren im Alltagsleben der AmerikanerInnen eine zentrale Rolle zu spielen begonnen. Das plötzliche,

---

<sup>633</sup> Vgl. Chip Walker, “What’s in a name?” *American Demographics* (February 1991): 54–56. So machten Hausmarken in den USA 1991 bereits 12,6 % des Gesamtumsatzes eines Unternehmens aus bzw. hatten bereits 15,3 % Anteil bei allen Supermarktverkäufen.

<sup>634</sup> Walker, 56.

<sup>635</sup> Vgl. auch Gabriel and Lang, 43–45.

<sup>636</sup> Walker, 55.

exzessive Massenkonsumieren war auch Mittel zur Kompensation für die politische Machtlosigkeit geworden, die viele AmerikanerInnen seit den 1970er-Jahren bewusst oder unbewusst verspürten und mit ihrem Rückzug ins Private zunächst verdrängt hatten:

[...] our restless desire for more and more has been a major dynamic for economic growth, but it has made the achievement of that growth largely a hollow victory. [...] In America, we keep upping the ante. [...] It is not what we have that determines whether we think we are doing well; it is whether we have *more* – more than our parents, more than we had ten years ago, perhaps more than our neighbors. This latter source of relativity, keeping up with (or ahead of) the Joneses, is the most frequently commented upon. [...] Our entire economic system is based on human desire's being inexhaustible, on there being a potential market for almost anything we can produce. Without always recognizing what we are doing, we have established a pattern in which we continually create discontent.<sup>637</sup>

Die fortlaufende Produktüberflutung des Marktes und die nationale, massenmediale Suggestion, kontinuierlich up to date sein zu müssen und sich gemäß dem Motto “Wer die Wahl hat, hat die Qual” seinen ganz persönlichen Lebensstil auszuwählen, begann wie ein Zugzwang zu wirken; auch wenn das Credo einer Konsumwahl eine *wahre* (freie) Wahl vonseiten der Konsumentin bzw. des Konsumenten längst verschleiert hatte. Denn in einer Wegwerfgesellschaft würde die Wahl eines Produktes nunmehr wesentlich von dessen “Verführungskraft” (Markenidentität) abhängen und nur mehr selten das *wahre* Objekt unserer Bedürfnisse und Sehnsüchte darstellen:

[...] we all not only follow life-styles, but in an important sense are forced to do so – we have no choice but to choose. [...] Each of the small decisions a person makes every day – what to wear, to eat, how to conduct himself at work, whom to meet with later in the evening – contributes to such routines. All such choices (as well as larger and more consequential ones) are decisions not only about how to act but who to be.<sup>638</sup>

Mit den Marken hatte sich auch der “Produktlebenszyklus” – eine Marke wird kreiert, eingeführt, wächst und stirbt in der dafür vorgesehenen Zeit – als Prozess herausgebildet und etabliert: Alles und jede/r wurden beworben, ortsspezifisch wie -unabhängig. Neue Produkte wurden durch immer neuere Produkte ersetzt, das alte Produktangebot damit obsolet; der Begriff “neu” wiederum sollte dabei nach Evan Watkins in *Throwaways: Work Culture and Consumer Education* kaum mehr eine (technologische) Innovation kennzeichnen, sondern ein Produkt mit aufgemöbeltem Design und verändertem Image; durch die Produktzyklen würde ein Gefühl kulturellen Wechsels erzeugt werden, wobei alles jedoch – typisch für die Werbung – beim (verschleißenden) Status quo bleiben würde.<sup>639</sup> Parallel hierzu wurden auch bekannte Designprodukte aus den 1940er- und 1950er-Jahren vermarktet, und zwar nicht als renovierte Secondhand-Produkte (was ein Widerspruch zur Wegwerfkultur wäre), sondern – über das “Gefühl” von Nostalgie – als neue, im Retro-Design verpackte Produkte.<sup>640</sup> Die Menge des Produktangebotes sollte die Konsumentinnen und Konsumenten langsam, aber kontinuierlich in ihrem Wertempfinden gegenüber den einzelnen Produkten abstumpfen: Denn jedes Produkt konnte umgehend durch ein neues, aktuelleres bzw. billigeres Angebot ersetzt werden, was schlussendlich eine massive Werteflation im Empfinden der Konsumentinnen und Konsumenten den (Marken)Produkten gegenüber bewirken würde.

---

<sup>637</sup> Vgl. Paul L. Wachtel, *The Poverty of Affluence: A Psychological Portrait of the American Way of Life* (New York: Free Press, 1988), 17.

<sup>638</sup> Anthony Giddens, 81, zitiert in Gabriel and Lang, 39.

<sup>639</sup> Vgl. Watkins, 18 f., 86–88.

<sup>640</sup> Vgl. ebda., 89 ff.

Die Macht der Marke hat sich auch auf die Lebensbeziehungen ausgewirkt: Werbung und Massenmedien machen die Markenangebote attraktiv. Die Bindung an die Marke selbst erfolgt über die Identifikation mit dem vermittelten Lebensentwurf. Die Teilhabe an dem entworfenen Lebensmodell wiederum kann nur über den Kauf dieses Markenproduktes konsumiert bzw. in Anspruch genommen werden. Dadurch entstand eine Wechselwirkung zwischen den realen Beziehungsverlusten in der Alltagswelt der AmerikanerInnen und dem Kauf von Marken als neuen (scheinbaren) Bezugspunkten, wodurch Lebensbeziehungen nach und nach durch künstliche Beziehungen ersetzt wurden. Und in diesem Wechselspiel zwischen produzierenden und konsumierenden Menschen begannen die Unternehmen nun aus einem existentiellen Selbstinteresse heraus mit den Markenidentitäten und ihren Lebensentwürfen auch zukünftige Konsumtrends zu setzen; der Werbestrategie Sir Michael Perry:

Our whole skill as branded goods' producers is *in anticipation of consumer trends*. In earlier appreciation of emerging needs or wants. And in developing a quality of advertising, which can interpret aspirations, focus then on products and lead consumers forward.<sup>641</sup>

In einer (hyperkonsumistischen) oder Wegwerf-Gesellschaft setzen also "antizipierte" Konsumtrends die (neuen) Gesellschaftstrends, wobei die Verdinglichung der Beziehungen und ihre Bewertung danach auch auf gesellschaftspolitischer Ebene zu einer Werteverchiebung geführt hat: Armut oder andere soziale Benachteiligungen (aufgrund von Ethnie oder Geschlecht) wurden durch die politische Kultur des *Reaganism* nun als eigenes Versagen, und nicht aufgrund von ungerechter Chancenverteilung im freien Markt, wahrgenommen und begründet. Dadurch hat die soziale Indifferenz gegenüber den "chancenlosen" Konsumentinnen und Konsumenten<sup>642</sup>, es sind die in diesem System benachteiligten Menschen, spürbar zugenommen. Sichtbar und weiter tradiert werden sollte diese zunehmende soziale Indifferenz mit dem – per Deregulierungspolitik forcierten – Machtanstieg der neuen elektronischen massenmedialen Populärkultur.<sup>643</sup> Wichtigstes Instrumentarium darin waren Einschaltquote und ähnliche Kriterien zur Messung der wirtschaftlichen Nutzbarkeit und damit der Konkurrenzfähigkeit der neu entstandenen Privatunternehmen im stark anwachsenden freien Markt. Mit der wirtschaftlichen Rentabilität als zentralem Kriterium von Kultur(-produkten) begann sich die neue elektronische massenmediale Populärkultur gemäß den Interessen der Gesellschaft am kleinsten gemeinsamen Nenner zu orientieren, der sich auf die Kurzformel 'sex, love and violence' reduzieren lässt. Die Formel wurde von da an zur Erfolgsspirale im harten Konkurrenzkampf, der seinen Ausdruck in der zunehmenden Trivialität der Medienprodukte und in der zugleich subtileren Darstellung und Tradierung von Gewalt und Machtstrukturen fand. Alle diese Faktoren haben grundsätzlich dazu beigetragen, dass die Toleranzschwelle gegenüber Gewalt – seit jeher Teil des amerikanischen Selbstverständnisses – in den 1980er-Jahren kontinuierlich gesunken ist. Mittels dieser kulturellen Tradierung hat auch das menschliche Leben zunehmend an Wert verloren, was seinen Höhepunkt in der Verherrlichung des Phänomens "Serienmörder" finden sollte.<sup>644</sup>

In der entstandenen Verbrauchergesellschaft mit ihrer Wegwerfmentalität haben sich Angebot und Nachfrage verselbständigt, wobei das exzessive Konsumieren darin kontinuierlich Selbstlegitimation und -bestätigung findet. In dieser Konsumspirale schließt sich auch eine Infragestellung des exzessiven

---

<sup>641</sup> Zitiert aus der Rede von Michael Perry vor der *UK Advertising Association* 1994 in Gabriel and Lang, 36.

<sup>642</sup> Gabriel and Lang, 1 und vgl. auch Watkins, 7 zum Begriff der "chancenlosen" Konsumentinnen bzw. Konsumenten.

<sup>643</sup> Siehe hierzu weiter meine Ausführungen zu Kabelfernsehen und Einschaltquote im Eintrag zu CABLE TV sowie zu SEX AND VIOLENCE in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>644</sup> Siehe hierzu den Eintrag zum Thema SERIENMORD in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

Produktangebotes und des exzessiven Konsumierens aus, da dies die eigene Existenz wie Bedürfnisbefriedigung infrage stellen würde. Das Konsumieren ist zur unabdingbaren Alltagsrealität der amerikanischen (wie auch vielfach globalen) Bevölkerung geworden und als Normalzustand mit Lebenserfüllung gleichgesetzt. In und mit diesem wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Umstrukturierungsprozess durch *Reaganomics* und *Reaganism* in den 1980er-Jahren wurde der Mensch nicht nur als KonsumentIn in den Mittelpunkt gestellt, sondern – mit dem Eindringen spätkapitalistischer Wirtschaftsinteressen in alle Lebensbereiche – als solcher auch vereinnahmt.<sup>645</sup> Der Markenkult, der unbeirrte Glaube an die Marke als Trägerin des vermittelten Lebensentwurfs und (vermeintliches) Substitut eigener Bedürfnisse, steht seither stellvertretend für diesen Umbruch im Konsumkapitalismus und für ein neu definiertes Selbstverständnis der AmerikanerInnen in ihrer Rolle als Konsumentinnen und Konsumenten. Das hat auch zu einer auf politischer, kultureller und akademischer Ebene veränderten, mehr oder weniger subtilen Ansprache des Menschen (in seiner Funktion) als KonsumentIn geführt:

. . . whether he or she is seen as sovereign (requiring no self-appointed spokespeople to defend his or her interests) or victim (easily manipulated and outwitted by the apparatuses of capital), explorerer (thirsting after new experiences and meanings) or activist (campaigning on behalf of collective rights), communicator (using objects to express rejection and rage), identity-seeker (trying to find a real self in the objects which he or she consumes) or hedonist (concerned above all with personal pleasure). These are all attempts to frame the consumer, and, more often than not, to sell particular self-views to the consumers themselves, either by flattery, by cajoling, by moralizing, by seduction or by straight manipulation.<sup>646</sup>

Auch die Position der Konsumentinnen und Konsumenten hat sich in und mit dem wirtschaftlichen Umstrukturierungsprozess und mit der Globalisierung grundlegend verändert, wobei Kulturwandel und Entwicklung in den USA hierfür wegweisend waren: War das Verhältnis KonsumentIn – ProduzentIn bis dahin über den Fordistischen Deal (dieser sah einen steigenden Lebensstandard und Dauerbeschäftigung im Gegenzug zu mehr [persönlicher] Entfremdung und wenig [gewerkschaftlicher] Opposition vor) geregelt<sup>647</sup> und danach sozialisiert worden, ist ein solches in der entstandenen globalisierten Arbeits-, Informations- und Technologiesgesellschaft<sup>648</sup> (geprägt von der Gefahr wirtschaftlicher und sozialer Ungleichgewichte und einem Grundgefühl von Verunsicherung) nicht mehr handhabbar.<sup>649</sup> Die am Anfang des fordistischen Zeitalters geltenden gemeinsamen Visionen und Träume der amerikanischen BürgerInnen sind einem fragmentierenden Individualismus einer (globalen) Konsumgesellschaft gewichen;<sup>650</sup> Vergemeinschaftung und Sozialisation des Menschen würden im post-fordistischen und post-industriellen Zeitalter über die Konsumentinnen und Konsumenten und ihre Teilhabe an Konsumgemeinschaften, ihren Konsumvorstellungen wie Lebensentwürfen stattfinden. Und so sollte dem fragmentierenden Individualismus der (AmerikanerInnen als) Konsumentinnen und Konsumenten – sie sind gemäß

<sup>645</sup> Vgl. Bauman, 61. Der polnische Soziologe und Denker hatte diese Entwicklung hin zum Selbstverständnis des Menschen als Konsumentin bzw. als Konsumenten bereits 1988 in dem anfänglich sehr umstrittenen Denkansatz in seinem Werk *Freedom* vorgezeichnet. Demnach würde sich die "individuelle" Freiheit der Konsumentinnen und Konsumenten zwar auf mehr (Aus)Wahlmöglichkeit stützen können, letztendlich jedoch der "Reproduktion und Weitertradierung des spätkapitalistischen Systems" dienen.

<sup>646</sup> Gabriel and Lang, 188. Die Autoren beleuchten in den verschiedenen Kapiteln ihres Sachbuches *The Unmanageable Consumer* die im Zitat erwähnten "Vorstellungen bzw. Bilder" einer Konsumentin bzw. eines Konsumenten ausführlich und aus verschiedenen Perspektiven und zeigen dabei deren ideologische Vereinnahmung als Konsumentin bzw. Konsumenten auf.

<sup>647</sup> Ebda.

<sup>648</sup> Vgl. Norbert Bolz in *Radio Ö1*, ORF im Juni 1997 und seine Aussage "Ich glaube, diese Kulturgeschichte müsste zum großen Teil eine Technikgeschichte sein".

<sup>649</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 188 f. und siehe auch Joachim Hirsch in seiner Analyse zum Übergang vom Fordismus zum Postfordismus (104–67) als Grundlage dieser weiteren Auseinandersetzung.

<sup>650</sup> Vgl. ebda.

US-amerikanischem Vorbild nach *income, aspiration, culture* definiert und “fragmentiert”<sup>651</sup> – ab Ende der 1980er-Jahre eine zunehmend fragmentierte Gesellschaft gegenüberstehen, welche ihre BürgerInnen in ihrem neuen Selbstverständnis als Konsumentinnen und Konsumenten weniger zu Eigenverantwortung und sozialem Handeln zu erziehen vermag, sondern vielmehr zukünftige Konsumierende gemäß Konsumethos reproduzieren wird.<sup>652</sup>

Die kapitalistische Wirtschaftsordnung und -struktur funktioniert heute im Wesentlichen aufgrund der Marken:<sup>653</sup> Denn nach Norbert Bolz würden Marken trotz (künstlich) geschaffener Positionierung und mannigfacher (technischer) Reproduktion imstande sein, Echtheit und Originalität zu vermitteln und dadurch erreichen, dass das menschliche Grundbedürfnis nach Werten in einer Welt, die mehr denn je von vermittelten Realitäten geprägt ist, erfüllt wird.<sup>654</sup> Der Medien- und Kommunikationstheoretiker über die Sehnsucht nach Authentizität und den kapitalistischen Markt, der diese heute so befriedigt:

Wenn man nach den Werten sucht, die hinter den Originalen sich verstecken, [...] steht natürlich die Sehnsucht nach einer klar geordneten Welt [dahinter], nach einer ehrlichen Welt. [...] Das Echte ist ja immer das, was die Wahrheit auf seiner Seite hat, im Gegensatz zur Simulation, zur Welt des Scheins, zum Betrug, zur Fiktion. Aber unsere Kultur ist eindeutig, seit sie eine neuzeitliche Kultur ist, auf dem Weg weg von der Wahrheit hin zum Schein, hin zur Simulation, zu den Fiktionen, Hilfskonstruktionen zu den Hypothesen. Das heißt also, die Menschen leiden [...] unter der Tatsache, dass sich unsere Kultur wegentwickelt von dem Liebsten aller Gedanken nämlich: der Einheit des Wahren, des Echten und des Scheinlosen, also dessen, was man unmittelbar in seiner Wahrheit erkennen und greifen kann. Insofern sind wir Bürger mindestens zweier Welten: Wir sind technisch, faktisch, wirtschaftlich Bürger der Welt von Simulation, von Hilfskonstruktion, und wir sind menschlich, alltagslebendig immer noch Bürger dieser alten Traumwelt des Authentischen. [...] Meine Grundthese ist die, je komplexer die Welt wird, je indirekter sie wird, je mehr sie auf technische Reproduzierbarkeit und Simulation angewiesen ist, umso größer wird die Sehnsucht nach Echtheit, Klarheit, Originalität und auch Persönlichkeit. Diese Sehnsucht appelliert also an Dinge, die es im Grunde gar nicht mehr gibt und die Frage ist, wer diese Sehnsucht befriedigen kann. Die Wissenschaft natürlich nicht, die Technik auch nicht, die Politik auch nicht, bleibt im Grunde nur der Markt und damit sind wir wieder beim Ausgangspunkt.<sup>655</sup>

Neue Konsumgüter in den 1990er-Jahren präsentieren sich eintönig und auf hohem ästhetischem Niveau: Die Computer(nach-)bearbeitung von Fotos und Filmen erlaubt die “perfekte” Illusion von Realität und Hyperrealität, die über das Visuelle leicht kommunizier- und konsumierbar ist. Vermag ein Konsumangebot keine Emotionen mehr zu wecken, werden die Produkte entweder kurzerhand ausgetauscht, von den herstellenden Unternehmen neu benannt oder die Werbestrategie gewechselt. Das Überangebot scheint aber auch mehr Unzufriedenheit bei den Konsumentinnen und Konsumenten und mehr Unberechenbarkeit für die herstellenden Unternehmen zu provozieren und eine seit Anfang der 1990er-Jahre aufgekommene “spending fatigue” (Konsummüdigkeit) zu verstärken.<sup>656</sup> Letztere würde sich nicht nur auf die allgemeine Verunsicherung aufgrund der veränderten Arbeitsstrukturen zurückführen lassen,<sup>657</sup> sondern – wie Zygmunt

---

<sup>651</sup> Gabriel and Lang, 191.

<sup>652</sup> Vgl. ebda. Die britischen Sozialwissenschaftler Gabriel and Lang haben in ihrer Untersuchung zur Entwicklung der “Konsumentin” bzw. des “Konsumenten” aufgezeigt, dass sich diese bzw. dieser aufgrund der Vielfalt von Anforderungen und Bedürfnissen heute höchst fragmentiert präsentiert, sich nicht mehr einordnen lässt und für sein Umfeld, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, schlichtweg “unmanageable”, unbeherrschbar, geworden sei.

<sup>653</sup> Vgl. Stobart, 45.

<sup>654</sup> Vgl. Norbert Bolz in *Radio Ö1*, ORF im Juni 1997.

<sup>655</sup> Ebda.

<sup>656</sup> Vgl. Rance Crain, “Rationalizing '90s spending,” *Advertising Age* 3 February 1992: 22.

<sup>657</sup> Vgl. Gabriel and Lang, 19.



Bauman zu antizipieren vermochte<sup>658</sup> – vor allem auf die ideologische Verbindung, die das Konzept der individuellen Freiheit in den 1980er-Jahren mit dem Recht auf eine “individuelle” Wahl und der sozialen Akzeptanz (Sicherheit), die diese bieten würde, eingegangen war; sie hatte den Menschen als Konsumentin bzw. Konsumenten in einen Marktmechanismus doppelt eingebunden: Der Selbstbezug auf die eigene Freiheit würde sich dort nicht mehr auf dem Parkett der Politik, sondern am freien Markt beim individuellen Konsumieren abspielen, wobei das Konsumieren als Selbstausdruck zum Parameter der eigenen Rechtfertigung mutiert ist:

What makes the freedom offered by the market more alluring still is that it comes without the blemish which tainted most of its other forms: the same market which offers freedom offers also certainty. It offers the individual the right to a ‘thoroughly individual’ choice; yet it also supplies social approval for such choice, thereby exorcizing that ghost of insecurity. [...] People are thus pulled to the market by a double bind; they depend on it for their individual freedom; and they depend on it for enjoying their freedom without paying the price of insecurity.<sup>659</sup>

Diese Ambivalenz auf Seite der Konsumentinnen und Konsumenten, spürbar im Wechselspiel von Sicherheit und Unsicherheit und Grund für die Konsummüdigkeit, hat auf Marktseite in den 1990er-Jahren ein noch raueres Werbeklima provoziert: Die KäuferInnen wurden durch immer attraktivere “Mehrwert”-Programme und besondere Lebensstilanreize zum Konsumieren regelrecht animiert oder aber mit hohen Preisabschlägen und einzigartigen Werbeangeboten bombardiert:

There was a new hardness in the air, particularly manifest in the images we confronted in the ads. Lifestyle had become a commodity in its own right. Take Smirnoff, the vodka that for years sent itself up with a campaign style that was the epitome of camp (all those ‘I thought X was Y until I discovered Smirnoff’). ‘Just good friends’ [the replacement ad series] has, however, thrown this all over. This was 80s consumerism in its new guise. For a start it looks different; its production values are affected anti glam, and the strapline throwaway cryptic . . . This is life underground, on the edge, on the up, utter self-confidence even when narcissistically threatened.<sup>660</sup>

Die Panik der Unternehmen vor einem Markt- und/oder Imageverlust, der starke Konkurrenzdruck und die Macht der Versicherungen haben auch im Verbraucher- oder Konsumentenschutz in den 1990er-Jahren zu einer wahren Abartigkeit des Marktsystems geführt. Da jedes Unternehmen von den Kundinnen und Kunden nun einfach verklagt werden konnte und auch wird, sind die Unternehmen seither gezwungen, ihre Produkte widerstandslos zurückzunehmen, auch wenn das Produkt selbst nicht beschädigt ist, sondern als inoffizielle, kurzfristige Leihgabe diente. Die Unternehmen haben somit Selbstschutzstrategien entwickelt. Eine der jüngsten dieser Strategien nennt sich Risikoeinschätzung, bei der Unternehmen in eigenen Berichten, am Etikett bzw. in der Gebrauchsanleitung vorneweg auf alle möglichen Risiken des Produktes hinweisen, sodass VerbraucherInnen (KäuferInnen) sich im Nachhinein nicht über das Produkt beklagen können.<sup>661</sup> Indem den VerbraucherInnen also eine mögliche Schuld am mangelnden Schutz zugewiesen werden konnte, wurden diese mit ihrer Entscheidung für ein Produkt oder für eine Dienstleistung auf ihre eigene “individuelle” Wahl (aus dem großen Angebot) zurückgeworfen. “Risk assessment to today’s management serves the same function that many psychological models from the 1950s did; it allows the enterprise to decide what is good (or bad) for the consumer while at the same time blaming the victim whenever things go wrong.”<sup>662</sup>

---

<sup>658</sup> Vgl. Bauman, 50 ff.

<sup>659</sup> Ebda., 61.

<sup>660</sup> Zitiert nach Martin P. Davidson, 67 f., in Gabriel and Lang, 18 f.

<sup>661</sup> Vgl. Wersich, 250 f.

<sup>662</sup> Gabriel and Lang, 125.

Nach dem allgemeinen Konsumhype in den 1980er-Jahren wird mit der Konsummüdigkeit in den 1990er-Jahren auch erstmals Ideologiekritik geübt und Kritik am Konsumismus laut; es sind die UmweltschützerInnen, die das westliche Konsumverhalten offen anprangern und aufzeigen, dass der Glaube an die unendlich verfügbaren Ressourcen der Natur die Ausbeutung des ökologischen Systems mit sich ziehen und wirtschaftliche Ungleichheiten zwischen den westlichen Industrie- und den Entwicklungsländern verstärken würde.<sup>663</sup> So kann nur mehr ein Werte-Umdenken wegweisend für eine Einschränkung des Konsums sein, wobei es an den Konsumentinnen und Konsumenten liegt, diesen hyperkonsumistischen Kreislauf zu unterbrechen, indem sie ihren eigenen Stellenwert verändern und in ihrer Rolle als KonsumentIn und als Mensch in der Gesellschaft wieder aktiv Verantwortung übernehmen.

Im Rückblick stellen die 1980er-Jahre einen politischen, sozialen und wirtschaftlichen Wendepunkt in der (globalen) US-amerikanischen Gesellschaft dar, wobei der Hyperkonsumismus als Ersatzreligion den Höhepunkt des Konsumismus aufzeigt. Mit der Vermenschlichung der Waren wurde die gesellschaftliche Ordnung von totaler Verdinglichung (Karl Marx) geprägt und der Mensch in seiner Betrachtungs- und Wahrnehmungsweise als Konsumentin bzw. Konsument zum Objekt degradiert. Der Hyperkonsumismus belegt den historischen Übergang von einer alten Ära in ein neues Zeitalter: Von einer industriellen in eine postindustrielle Gesellschaft, von einem kapitalistischen zu einem postkapitalistischen System, dessen Wirkungen spürbar sind, in ihrer Komplexität jedoch erst langsam begreifbar werden.<sup>664</sup>

Was werden also die Parameter sein, um zukünftig das Wohlbefinden der Menschen in einer globalen, scheinbar grenzenlosen Konsumgesellschaft zu messen? Die Kultur (ob hoch, trivial oder populär) – einmal zuverlässige und universelle Konstante auf diesem Gebiet – wird es nach dem Schriftsteller Günter Grass nicht mehr sein können: Mit ihrer Vereinnahmung in der Wirtschaftsmechanik scheint auch die „Kreativität“ zu einer leeren Worthülse, zu einem sinnentleerten Begriff verkommen zu sein, „mit dem nach neoliberaler Gebrauchsanweisung, gepaart mit den Wörtern ‘Leistung’ und ‘Eigenverantwortung’, die Börsenkurse zu beleben sind.“<sup>665</sup> Gerade aber mit diesem „inflationär“ gebrauchten Wertbegriff – der „Kreativität“ – seien Zustand und Triebfeder unserer (Konsum)Gesellschaft zu beschreiben:

Die [...] beschworene Kreativität meint technisch und wissenschaftlich vorn zu sein in Gentechnik, Biotechnik, Ökotechnik, Molekulartechnik, Mikrosystemtechnik, Computer- und Kommunikationstechnik, kurz: in High-Tech auf allen Gebieten, auf denen Vorsprung wirtschaftliche Vorteile und Nachhinken oder gar Verschlafen wirtschaftlichen Niedergang bedeutet. Diese Kreativität sucht nicht einen Ausweg aus dem Netz der Systemzwänge – der unaufhaltsam fortschreitenden Rationalisierung der Arbeitsvorgänge, der immer weiter um sich greifenden Mediatisierung, der globalen Abhängigkeiten, der Dominanz der Wirtschaft über alle Lebensbereiche, voran über die Politik –, sondern einen entschiedenen, breiten, selbstverständlichen Zugang zu dem, was da läuft. Mit dem Wort Kreativität entlockt man uns die Bereitschaft, in den *mainstream* der Entwicklungen – möglichst weit vorn – einzumünden.<sup>666</sup>

---

<sup>663</sup> Vgl. Wersich, 253 ff.

<sup>664</sup> Vgl. hierzu Peter F. Drucker, *Post-Capitalist Society* (New York: HarperBusiness, 1993). Drucker beschreibt darin den derzeit stattfindenden historischen Übergang vom Zeitalter des Kapitalismus zum Zeitalter des Wissens und vergleicht dabei die gesellschaftliche Umstrukturierung mit jener, die zum Kapitalismus hin stattgefunden hat. Mit einer wirtschafts- und gesellschaftspolitischen, historisch fundierten Zustandsanalyse weist Drucker auf mögliche Gefahren und Entwicklungen in der sich abzeichnenden „post-kapitalistischen“ Gesellschaft hin bzw. bietet darin Lösungsansätze. Die Dimension der globalen Umstrukturierung würde – schreibt Drucker abschließend – als solche erst in einigen Dekaden sichtbar sein.

<sup>665</sup> Günter Grass, „Der lernende Lehrer,“ *Die Zeit* 20. Mai 1999: 42.

<sup>666</sup> Zitiert nach dem deutschen Erziehungswissenschaftler Hartmut von Hentig, für den Schriftsteller Grass das Paradebeispiel eines Lernenden Lehrers, in seinem Essay „Kreativität – Hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff“ (1998) in ebda.

Am Ende des 20. Jahrhunderts scheint sich Herbert Marcuses radikale Zukunftsprognose einer "eindimensionalen" Gesellschaft bewahrheitet zu haben. Der Philosoph hatte 1964 festgestellt, dass die moderne, fortschrittliche Industriegesellschaft, die durch eine alles durchdringende Rationalisierung, Technisierung und Bürokratisierung gekennzeichnet ist, das Individuum sukzessive zu oberflächlichem Glück abrichtet, tatsächlich aber seiner Möglichkeit echter Opposition ebenso beraubt wie der der wirklichen Entscheidungsfreiheit. Widersprüche werden harmonisiert und alles wird machbar.<sup>667</sup> Auf das Zeitalter des Hyperkonsumismus umgemünzt kann also durchaus behauptet werden, dass es noch nie so viele Möglichkeiten einer (Aus-)Wahl wie heute gegeben hat, dem gegenüber jedoch ein ungleich großes Bedürfnis und der Wunsch erwachsen sind, sich (von den anderen) zu differenzieren bzw. aus einer (vermeintlichen) Anonymität heraustreten zu müssen. In einem Gespräch mit dem US-amerikanischen Literatur- und Kulturwissenschaftler Larry McCaffery im September 1997 charakterisierte dieser die Situation der modernen Konsumgesellschaft mit dem prägnanten Satz: "Hyperconsumption enlarges the range of opportunities but it restricts your freedom more and more as everything gets ruled down." (Notiert von der Autorin in Borrego Springs, CA)

Mit dem Eindringen des Spätkapitalismus – einer Marktideologie – in alle Lebensbereiche ist der Hyperkonsumismus heute zum Ausdruck geworden für die völlige Entfremdung des Menschen von sich selbst und von seiner (natürlichen wie sozialen) Umwelt und damit letztendlich Ausdruck seiner Unfreiheit.<sup>668</sup>

---

<sup>667</sup> Vgl. Marcuse, *One-Dimensional Man*, ix–xvii; 247–57. 1997, 23 Jahre nach Herbert Marcuses implizierter Feststellung, dass jedes Tabu mit seiner Öffentlichmachung seinen Tabustatus verliere und damit vereinnahmt (kontrolliert) werden kann, belegt auch der deutsche Medienkritiker Norbert Bolz die Richtigkeit von Marcuses Gesellschaftsanalyse.

<sup>668</sup> Vgl. ebda., 12. Vgl. auch das Sachbuch *Democracy for the Few* (New York: St. Martin's Press, 1995) des renommierten US-amerikanischen Sozial- und Politikwissenschaftlers Michael Parenti, der für mich als Europäerin die größte Bestätigung vorliegender Arbeit und ihrer sozial-ökonomischen Feldforschung über die 1980er-Jahre und Auseinandersetzung mit der Entwicklung des Konsums bot: "Democracy for the Few tries to strike a balance; it tries to explain how democracy is incongruous with modern-day capitalism and is consistently violated by a capitalist social order, and yet how democracy refuses to die and continues to fight back and even make gains despite the great odds against popular forces." (Parenti, vii ff.) Parentis Untersuchung der Demokratie gründet auf der Prämisse, dass das Studium der Politik selbst ein politischer Akt und damit wenig "neutral" sei, weswegen der Anspruch "objektiv" zu sein "Konventionalität" impliziere und Untersuchungen über das Wie und Warum der verschiedenen Geschehnisse immer Kontroversen hervorrufen würden; es könnten jedoch einzig und allein demokratische Strukturen unparteiische Fakten bieten und damit einen konstruktiven Ansatz für eine demokratische Gesellschaftsuntersuchung und -veränderung versprechen. Parenti wagte sich in einer strukturellen Untersuchung an das "tabubeladene" Thema "Kapitalismus" heran, um dessen Untermauerung im politischen System Demokratie anhand der Beziehungen, die die Kräfte in Wirtschaft und Politik darin miteinander eingegangen sind, in einem sehr breiten Zusammenhang darzulegen: Er stützte sich dabei auf die traditionellen, formalen (amerikanischen) politischen Institutionen (wie Kongress, Präsidentschaft etc.) und auf die Grundlagen und geschichtlichen Entwicklungen der amerikanischen Politik (wie die wachsende Rolle der Regierung, das Entstehen einer politischen Kultur [*Reaganism*] etc.) und untersuchte sozusagen leitmotivisch den "Output" für das amerikanische Volk, sprich die politische Ökonomie der öffentlichen Maßnahmen. Parenti lieferte dabei eine fundierte und informative Analyse, die zugleich auch eine Synthese der amerikanischen politischen Realität ist: Darin zeigt sich, dass vieles, was passiert, das Ergebnis breiterer Konfigurationen von Macht, Wohlstand, Klasse und Institutionen entsprechend ihrer Einbettung in die herrschenden politischen Organisationen, die Wirtschaft und Gesellschaft ist.

|   |     |
|---|-----|
| <b>Teil II</b>  |     |
| <b>BRET EASTON ELLIS – Autor und Werk im Zeitalter des<br/>Hyperkonsumismus</b> | 109 |
| <i>Less Than Zero (LTZ)</i>   | 116 |
| <i>The Rules of Attraction (TROA)</i>   | 121 |
| Die Veröffentlichungskontroverse um <i>American Psycho</i>                      | 125 |
| <i>American Psycho (AP)</i>   | 135 |
| <i>The Informers (TI)</i>   | 146 |
| <i>Glamorama (GL)</i>   | 150 |
| <b>AMERICAN PSYCHO – Literaturkritik im Zeitalter des<br/>Hyperkonsumismus</b>  | 158 |

## Teil II

# BRET EASTON ELLIS – Autor und Werk im Zeitalter des Hyperkonsumismus

What I've always been interested in as a writer is this idea of a group of people who seem to have everything going for them on the outside. Because of that, they have a lot of freedom. The theme of my fiction is the abuse of that freedom.<sup>669</sup> (Bret Easton Ellis, 1994)

Zum Zeitpunkt dieses Interviews hat Bret Easton Ellis vier Romane veröffentlicht, darunter zwei Bestseller. Allesamt stellen Variationen dieses Leitthemas – “Freiheit des Individuums” – dar und sind gerade ob ihrer inhaltlichen und formal-ästhetischen Umsetzung dieses uramerikanischen Konzeptes immer wieder stark diskutiert und rezipiert worden.

Mit seinem Erstlingswerk *Less Than Zero*<sup>670</sup> sollte Bret Easton Ellis zu einer neuen Generation von Autoren und Autorinnen in den 1980ern gehören, die von der Verlags- und Medienwelt wie “Stars der Popindustrie”<sup>671</sup> gefeiert und vermarktet wurden. Diese Literaturschaffenden waren alle unter dreißig Jahre alt, hatten mit ihrem ersten Roman einen Bestseller geschrieben und sahen sich als Sprachrohr einer *new (lost) generation*: Ihre Anspielungen auf die *lost generation* der 1960er-Jahre in ihren Romanen sollten auf eine neue Generation verweisen, in der jeglicher Anspruch an Gesellschaftsideale und politische Revolutionen durch den herrschenden Materialismus abgeblockt war.

Disillusioned in designer wear, underappreciated in urban lofts, misunderstood at the mall, and affecting boredom through a haze of designer drugs and alcohol – the ‘brats’ were the 1980s version of the Lost Generation. The term began with a group of young actors known as the ‘Brat Pack’, [who] flooded the multiplexes of America with hipness and ‘bratitude’. Many of them starred in film versions of novels by another group of ‘brats’, overnight literary sensations Tama Janowitz, Jay McInerney, and twenty-one-year-old Bret Easton Ellis. After hailing these three novelists as modern chroniclers of youthful alienation, the media later dismissed them as mere barometers of pop culture.<sup>672</sup>

Um die Anliegen der Brat Pack-Generation – der fünfzehn- bis fünfundzwanzigjährigen AmerikanerInnen, die “young, urbanized, conscious of trends, and starkers for stimulations”<sup>673</sup> waren – zu verbalisieren, hatten sich diese jungen Autoren und Autorinnen so genannter “pop forms”<sup>674</sup> bedient. Mit der Verwendung von “genres most associated with exploitation by the mass media: notably, the Western, Science Fiction and Pornography”<sup>675</sup> sprachen sie die Jugend an, die mit MTV und Konsumkapitalismus, mit Musik- und anderen Jugendzeitschriften, mit Comics und *pulp fiction* aufgewachsen war und mit den herkömmlichen *novels of adolescence* oder mit postmodernen Experimenten nichts anzufangen wusste, in diesen “pop novels” jedoch

---

<sup>669</sup> Margalit Fox, “Bret Easton Ellis Is Shocked. Shocked!” *The New York Times Book Review* 18 September 1994: 14.

<sup>670</sup> Bret Easton Ellis, *Less Than Zero* (New York: Simon & Schuster, 1985)

<sup>671</sup> Steur, 7.

<sup>672</sup> Vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 43.

<sup>673</sup> John Powers, “The MTV Novel Arrives,” *Film Comment* (December 1985): 44.

<sup>674</sup> Nach Leslie A. Fiedler, 351, in Steur, 9.

<sup>675</sup> Ebda.

ihre Welt beschrieben fand:<sup>676</sup> “[it was] a flat affectless prose which dealt with all aspects of contemporary urban life: crime, drugs, sexual excess, media overload, consumer madness, inner-city decay and fashion-crazed nightlife.”<sup>677</sup> Neben Jay McInerney und seinem Bestseller *Bright Lights, Big City*<sup>678</sup> (1984), Bret Easton Ellis und seinem Bestseller *Less Than Zero* (1985), Tama Janowitz’ *Slaves of New York*<sup>679</sup> (1986) sowie Michael Chabon und seinem Roman *The Mysteries of Pittsburgh*<sup>680</sup> (1988) sollten sich etwas später noch David Levitt und Jill Eisenstadt in die Liste der Autoren und Autorinnen des “Brat Pack” einreihen.

Der Erfolg der oben genannten “pop novels”<sup>681</sup> sollte die traditionelle, in *high-* und *low-*Literatur einteilende Fachkritik spalten: Für einen Teil der LiteraturkritikerInnen waren diese Romane Zeichen eines irreversiblen Kulturverfalls, für den anderen Teil Ausdruck eines neuen Zeitgeistes.<sup>682</sup> Vielen war dabei vor allem der gezielte Einsatz von Werbeaktionen und Selbstvermarktungsstrategien seitens der Verlage, Medienindustrie und der Autoren und Autorinnen suspekt; letztere wurden daher vorneweg als “Yuppie-Literaten”<sup>683</sup> oder VertreterInnen der “Young Decadents’ School”<sup>684</sup> abgewertet. Das ‘Hypen’ selbst sollte jedoch mit einer völlig neuen Situation auf dem amerikanischen Buchmarkt zusammenhängen; dieser Markt musste sich im angebrochenen Zeitalter der elektronischen Medien und der Massenproduktion mit seiner “Ware” Buch mehr denn je kapitalistischen Bedingungen unterwerfen und daher auch *für* den Markt produzieren. Der Aufkauf vormals unabhängiger Verlage durch Medienkonzerne Anfang der 1980er-Jahre zwang daher Autor bzw. Autorin und Werk, sich mehr als jemals zuvor den Bedingungen der Unterhaltungsindustrie anzupassen.<sup>685</sup>

Für den deutschen Literatur- und Kulturwissenschaftler Thomas Irmer reflektieren diese neuen Romane die Veränderungen in der amerikanischen Kultur der 1980er-Jahre aus einer Alltagsperspektive heraus.<sup>686</sup> Irmer hatte die Romane dieser 1980er-Generation vor ihrem spezifischen, biografischen und literarischen Hintergrund mit der Literaturgeneration der 1960er-Jahre verglichen und sie als “minimalistisch” und “regionalistisch” bezeichnet:<sup>687</sup>

The first category stands for narrative techniques, the latter for a depiction of ‘a slice of life’ out of a specific geographic region which is likewise meaningful on the social map. In point-of-view and tense, a first-person narrative dominates the literary representation of its now-present – the past slips into ever smaller flashbacks – and the specific setting of the narrative is characteristic for its literary dimensions. [...] For these

---

<sup>676</sup> Ebd. und vgl. weiter Peter Freese, “Bret Easton Ellis, *Less Than Zero*: Entropy in the ‘MTV Novel?’” *Modes of Narrative: Approaches to American, Canadian and British Fiction Presented to Helmut Bonheim*, Eds. Reingard M. Nischik and Barbara Korte (Würzburg: Königshausen & Neumann, 1990) 84. Freese belegt in seinem Essay die Richtigkeit von Leslie Fiedlers Prognose, dass es sich bei *Less Than Zero* um eine neue Form der Literatur, der “pop novel” handle, die es geschafft habe, das gegenwärtige Lebensgefühl in narrative Strategien umzusetzen, die der Zeit entsprächen und zugleich auf zukünftige literarische Entwicklungen hinweisen würden.

<sup>677</sup> Elizabeth Young in ihrer Einführung zu “Children of the Revolution,” *Shopping in Space: essays on America’s blank generation fiction*, eds. Elizabeth Young and Graham Caveney (New York: Atlantic Monthly Press, 1993).

<sup>678</sup> Jay McInerney, *Bright Lights, Big City* (New York: Vintage, 1984)

<sup>679</sup> Tama Janowitz, *Slaves of New York* (New York: Crown, 1986)

<sup>680</sup> Michael Chabon, *The Mysteries of Pittsburgh* (New York: W. Morrow, 1988)

<sup>681</sup> Steur, 9.

<sup>682</sup> Vgl. Steur, 8.

<sup>683</sup> Vgl. u. a. R. Z. Sheppard, “Yuppie Lit: Publicize or Perish,” *Time* 19 October 1987: 65.

<sup>684</sup> Vgl. u. a. David Lehman, “Two Divine Decadents,” *Newsweek* 7 September 1987: 72.

<sup>685</sup> Vgl. Steur, 9. Steur geht in seiner Auseinandersetzung mit *Less Than Zero* grundsätzlich und sehr ausführlich auf dieses Vermarktungsphänomen ein, weswegen ich dieses Thema nur in Grundzügen streifen werde.

<sup>686</sup> Vgl. Thomas Irmer, “Bret Easton Ellis’s *American Psycho* and Its Submerged References to the 1960s,” *Zeitschrift für Anglistik und Amerikanistik* 41. 4 (1993): 349.

<sup>687</sup> Vgl. Irmer, 350.

narrative modes of the 1980s such tentative terms as 'neo-realism', 'minimalism', 'new naturalism' or 'regionalism/new local color' have been coined by various critics.<sup>688</sup>

Laut Irmer bringt Ellis mit der Hermetik seiner Figurenwelt auch diesen Literatur-Typus zu einem besonderen – satirischen – Ende: “Wolfe’s system of apparel and conversation strategies from status hierarchies, McInerney’s new urban landscape of clubs and restaurants, and Janowitz’s bohème in its void are revived only to be transformed into parody as satire.”<sup>689</sup> Neben ersten Fachartikeln zu *Less Than Zero* und einer Dissertation von Rafael-Mario Perrez-Torres mit dem Titel *Screen Play and Inscription: Narrative Strategies in Four Post-1960s Novels*<sup>690</sup> gab es wenig wissenschaftliche Vorarbeit zu Ellis’ erstem Bestseller. In Deutschland hatte sich der Amerikanist Horst Steur Mitte der 1990er-Jahre als einer der ersten in seiner Dissertation eingehend mit Inhalt und Form von *Less Than Zero* auseinandergesetzt. Während Mario Perrez-Torres *Less Than Zero* im Vergleich mit den drei anderen Romanen nach 1960 als Beispiel einer Fiktion wertete, in der die soziokulturellen Bedingungen der Postmoderne literarisch übersetzt wurden,<sup>691</sup> ist Steur konkreter: Er beurteilte die neuen Romane wie *Less Than Zero* als “repräsentativ für eine bestimmte Richtung der gegenwärtigen amerikanischen Literatur, in der sich der fortschreitende Prozess der kulturellen Enthierarchisierung und Demokratisierung widerspiegelt.”<sup>692</sup> Steur, der *Less Than Zero* als repräsentatives Beispiel für Leslie Fiedlers “Forderung nach der Überwindung der traditionellen Unterscheidung zwischen *high* und *low* im Hinblick auf die Qualität literarischer Texte”<sup>693</sup> untersucht hatte, sah in Ellis’ Erstlingsroman einen “Beleg für die Richtigkeit der Entwicklung der [vom Literaturkritiker Fiedler prognostizierten] neuen ‘pop novel’.”<sup>694</sup> Laut Steur können die Romanfiguren in den *novels of adolescence* durchaus ein “Spiegel des sich wandelnden amerikanischen Selbstverständnisses”<sup>695</sup> sein. Fiedler glaubte, dass über die Verwendung von “pop forms” seitens der jungen amerikanischen Autoren und Autorinnen das aktuelle jugendliche Lebensgefühl zeitgemäß ausgedrückt wird.<sup>696</sup>

In seiner Dissertation gelang es Steur nachzuweisen, dass *Less Than Zero* “kunstvoller strukturiert ist und einen tieferen Sinn aufweist, als traditionelle KritikerInnen erkennen konnten und wahrhaben wollten.”<sup>697</sup> Als “Teil der *popular youth culture* der achtziger Jahre” sei in den Romanen

der traditionelle literarische Verweishorizont weit gehend durch die Symbole und kulturellen Codes der achtziger Jahre ersetzt worden. [Es sind] Texte, in denen die elektronisch verbreiteten Fiktionen und Bilder der Massenmedien fester Bestandteil geworden sind und die deshalb nach eigenen Prämissen untersucht werden müssen.<sup>698</sup>

Ähnliches stellten die englischen Literaturforschenden Elizabeth Young und Graham Caveney fest, die Bret Easton Ellis – basierend auf einer literatur- und kulturwissenschaftlichen Analyse – zusammen mit einer

---

<sup>688</sup> Ebda., 349 f.

<sup>689</sup> Ebda., 353.

<sup>690</sup> Rafael-Mario Perrez-Torres, *Screen Play and Inscription: Narrative Strategies in Four Post-1960s Novels*, Dissertation Stanford University, 1989 (Ann Arbor: UMI, 1989): Der Autor untersuchte darin Werke von Donald Barthelme, Bret Easton Ellis, John Rechy und Toni Morrison.

<sup>691</sup> Perrez-Torres, 7.

<sup>692</sup> Steur, 8.

<sup>693</sup> Ebda.

<sup>694</sup> Ebda., 9.

<sup>695</sup> Ebda., 8 f.

<sup>696</sup> Ebda., 9. Vgl. Freese (1990), 69.

<sup>697</sup> Steur, 8 und auf der Rückseite der Buchausgabe *Der Schein und das Nichts*.

<sup>698</sup> Ebda.

ganzen Generation von (jungen) amerikanischen Schriftstellerinnen und Schriftstellern untersucht hatten.<sup>699</sup> Neben der bekannten Strömung des ‘Dirty Realism’ mit seiner blue collar *angst* weisen sie dabei auf die Entwicklung einer neuen, alters- wie stilmäßig sehr heterogenen literarischen Strömung in den Städten hin:<sup>700</sup> Mit ihren Ursprüngen Mitte der 1970er-Jahre im Punk-Untergrund würden alle diese Autorinnen und Autoren eine “reinvention of American fiction”<sup>701</sup> beabsichtigen; sie würden eine (antiakademische) Aversion gegen postmoderne Experimente hegen und – als Erbinnen und Erben der subterranean Tradition moderner Fiktion – ihre Vorbilder in der europäischen Avantgarde haben.<sup>702</sup> Als ‘old Brat Pack’, als Gründergruppe Mitte der 1980er, werden neben McInerney nur noch Janowitz und Ellis, der als dritter nicht nur der jüngste, sondern auch der einzige Nicht-New Yorker ist, gezählt. Auf Richard Hells gleichnamige Punk-Hymne Bezug nehmend, bezeichneten Young und Caveney diese New Yorker Gruppe auch als ‘Blank Generation’<sup>703</sup>; eine Bezeichnung, die auf die inhaltlich wie formal gegebene Verbindung zwischen Punk und flacher bzw. abgestumpfter Schreibweise verwies. Douglas Coupland und Mark Leyner werden dabei zur jüngeren ‘Blank Generation’ gezählt.

The writers [...] – Post-punk, Downtown or Blank Generation authors – have a very different engagement with postmodernism. Their fiction arises directly out of their observations and experiences of postmodern culture, from out the streets with no name; they are reporting from within a lived reality, not dissecting its constituents from the academic perimeters. In addition, their writing tends to close the gap between ‘high’ and ‘low’ art forms far more successfully than is ever possible in more theoretical metafiction, mainly because many of the younger urban writers genuinely cannot see such a gap.<sup>704</sup>

Der US-amerikanische Schriftsteller Raymond Federman weist unter anderem mit Bret Easton Ellis auf die in den 1980ern begonnene Interaktion von Mainstream und Avantgarde hin – auf eine Entwicklung, die zu jenem Zeitpunkt ihren Anfang zu nehmen schien, als die traditionelle Unterscheidung zwischen *high-art* and *pop-art* selbst zum wesentlichen Erkennungsmerkmal für Postmodernismus wurde.<sup>705</sup> Im Gegensatz zu einer postmodernen unpolitischen ‘anything-goes-mentality’ würden diese Romane – wie auch Young und Steur belegen – durchaus kritisches Potenzial aufweisen:

[...] they are illuminating critiques, not merely products, of a society shaped by consumer capitalism and media saturation. This [...] is the fiction of first-hand experience – it arises from within postmodern culture and, in content as well style, demonstrates an absolute mastery of the semiotic codes (pop music, television, advertising) that compose our society.<sup>706</sup>

<sup>699</sup> Elizabeth Young and Graham Caveney, eds., *Shopping in Space: essays on America's blank generation fiction* (New York: Atlantic Monthly Press, 1993). Neben Bret Easton Ellis, Jay McInerney, Tama Janowitz und Michael Chabon untersuchten Young und Caveney Joel Rose, Mary Gaitskill, Catherine Texier, Lynne Tillman, Gary Indiana, David Wojnarowicz und Dennis Cooper. Und sie reihen auch Kathy Acker und Patrick McGrath in diese heterogene Literaturströmung ein.

<sup>700</sup> Young and Caveney in ihrer “Introduction” zu *Shopping in Space*.

<sup>701</sup> Robert Siegle (*Suburban Ambush: Downtown Writing and the Fiction of Insurgency*, 1989) in Young and Caveney, 10–11.

<sup>702</sup> Young in *Shopping in Space*, 7, 13: Die Autorin verweist darin insbesondere auf die europäischen Avantgardisten Jean Genet, L. F. Céline, J. G. Ballard, auf die französischen Kulturkritiker Michel Foucault, Jean Baudrillard und Roland Barthes, aber auch auf die US-amerikanischen Einflüsse eines William S. Burroughs, Henry Miller und Hubert Selby.

<sup>703</sup> Young and Caveney in ihrer “Introduction” zu *Shopping in Space*.

<sup>704</sup> Young in *Shopping in Space*, 14. Vgl. auch Horst Steurs Dissertationsthese auf dem Klappentext seiner Arbeit *Der Schein und das Nichts* zur “Überwindung der traditionellen Unterscheidung zwischen *high* and *low*“-Literatur.

<sup>705</sup> Vgl. Raymond Federman, *Critification: postmodern essays* (Albany: SUNY P, 1993) 130.

<sup>706</sup> Siehe Buchumschlag von Young and Caveney: *Shopping in Space: essays on America's blank generation fiction*.



Bret Easton Ellis – “the most fascinated with violence in media and society”<sup>707</sup> – sollte in der “Brat Pack”-Gruppe von Anfang an ganz eigene Wege gehen, was die “umstrittene” Veröffentlichung seines dritten Romans *American Psycho* auch belegt:

*American Psycho* can also be seen to bring to an end a particular kind of 1980s fiction. [...] the immediacy of the New Realism fiction and its satiric varieties has been changed into references to [popular] cultural artifacts that include massculture trash, movies, TV-Shows, brand names etc. Expensive designer goods and Hi-Tech equipment are mostly contrasted with their functional banality while depersonalization is changed into dehumanization, paralleled by a declining culture. [...] Here, of course, we are talking about something with a long tradition and various functions in the history of fiction. In modernist fiction the real things of a [popular] cultural environment were employed to produce a realistic atmosphere for the elaborate fictions. [...] In postmodernist fiction they were often used to turn reality into the surrealist landscapes of fictional dreck. [...] And in *American Psycho* they seem to be as affirmative as Andy Warhol’s late popart, being presented by the narrator with numerous details blending graphic violence with the pornography of consumer goods.<sup>708</sup>

Mit *American Psycho* sollte Ellis einen reinen Populärkulturtext schreiben und damit zum Vorläufer einer post-postmodernen US-amerikanischen Gegenwartsliteratur werden, die der US-amerikanische Literaturwissenschaftler Larry McCaffery als ‘Avant-Pop’<sup>709</sup> bezeichnete: Der Terminus selbst stellt eine Anlehnung an das Plattenalbum *Avant-Pop* (1986) des 1999 verstorbenen, außergewöhnlichen Jazztrompeters und Komponisten Lester Bowie vom Art Ensemble of Chicago dar. “Avant-Pop combines Pop Art’s focus on consumer goods and mass media with the avantgarde’s spirit of subversion and emphasis on radical formal innovation.”<sup>710</sup> Laut McCaffery bedienen sich ‘Avant-Pop’-SchriftstellerInnen der formalen und inhaltlichen Mittel der Populärkultur, um neue Wege bei einer zeitgemäßen und kritischen Beschreibung des ‘American Way of Life’ zu gehen:<sup>711</sup> Bret Easton Ellis sollte es hierbei gelingen, die 1980er mit Texten aus der amerikanischen Populärkultur aus jener Dekade radikal nachzuzeichnen und mit *American Psycho* das Porträt einer hyperkonsumistischen Gesellschaft zu liefern, in welcher der Mensch zur Konsumentin bzw. zum Konsumenten und damit letztendlich zum Produkt seiner Umwelt degradiert ist. Mit *American Psycho*, seinem dritten Roman, vermochte Ellis somit subversive Gesellschaftskritik zu üben und damit einen Eklat in den USA zu provozieren:

All of these responses, as well as many others, whether they have been made in support, or in denial of the novel, substantiate the significance of *American Psycho*, as a fiction which has made an enduring impression. It is a novel which may have instigated a modification of the ways in which contemporary culture views itself and its literature.<sup>712</sup>

Das “Hypen” der Person Bret Easton Ellis und das seiner literarischen Werke spiegelt damit ironischerweise die Marktprinzipien einer hyperkonsumistischen Gesellschaft wider, die Ellis mit und in seinen Romanen immer wieder kritisiert. Eine biografische Skizzierung dieses ungewöhnlichen US-amerikanischen Autors ist daher eng mit der Vermarktung seiner Romane verbunden, was eine getrennte Abhandlung von Leben und

<sup>707</sup> Irmer, 351.

<sup>708</sup> Ebda., 349 f.

<sup>709</sup> Larry McCaffery, “Avant-Pop: Still Life After Yesterday’s Crash,” Ed. Larry McCaffery, *After Yesterday’s Crash* (New York: Penguin, 1995) xvi.

<sup>710</sup> Ebda., xvii f.

<sup>711</sup> Ebda., xix–xxix: In der Einleitung zu seiner Avant-Pop Anthologie beschreibt McCaffery die Entwicklung von Avant-Pop Literatur, ihre Merkmale, VorläuferInnen (Literaturschaffende und KritikerInnen) und Werke in Fiktion, Film, Fernsehen und Musik. In der Anthologie sind William T. Vollmann, Don DeLillo, Stephen Wright, Robert Coover, William Gibson, Raymond Federman, Paul Auster und Bret Easton Ellis versammelt. Siehe weiter Larry McCaffery, ed., *Avant-Pop: Fiction for a Daydream Nation* (Normal: Black Ice Books, 1993)

<sup>712</sup> Vgl. Clare Weissenberg, *This is not an Exit: Reading Bret Easton Ellis*, Dissertation on microfiche (Colchester: U of Essex, 1997) 330.

Werk ausschließt. Zudem kann folgende Auseinandersetzung das Anliegen von Ellis belegen, mit einer Satire Zeitkritik zu üben und zugleich aufklärend zu wirken; die Komplexität seiner Texte muss daher im Kontext aller seiner Romane begriffen werden:

The inspiration [for my novels] usually comes from – and this is because I’m a satirist – my annoyance from the culture and society at the moment. As a writer, I seem to respond to flaws in my generation that I see to be widespread and I react to them as a novelist. I have never really written, yet, an autobiographical novel. I don't think I can point to a single scene or character or line of dialogue from any of my books that comes from 'real life'. My passion, and why I'm moved to write novels, comes from some intuitive, impulsive place within me that I can't quite verbalize about. It's in many ways a mystery to me as well, which is why I'm interested in writing novels. In the process, is why I think, I try to solve that mystery. (Bret Easton Ellis)<sup>713</sup>

Bret Easton Ellis wird am 7. März 1964 in Los Angeles in Kalifornien (USA) geboren. Er ist das älteste von drei Kindern und der einzige Sohn des wohlhabenden “real-estate analyst”<sup>714</sup> Robert Martin Ellis und der Hausfrau Dale (Dennis) Ellis. Bret wächst in einem “kleinen” Haus mit Pool in Sherman Oaks im San Fernando Valley, dem New Jersey der West Coast, auf und meinte einmal “We were middle class, very conservative.”<sup>715</sup> In einem Gespräch mit James Ellroy erzählte Ellis, dass er der Familie eines Alkoholikers entstamme, der es aber im Gegensatz zu ihm nicht zugeben würde: “My father drank a lot. [...] Mom eventually threw him out. I'm not trying to say I had an unhappy childhood or that I was traumatized or anything, but he caused a lot of unnecessary trouble.”<sup>716</sup> Nach der Scheidung der Eltern sollte eine generell geistig oder körperlich abwesende Vaterfigur alle Romane von Ellis kennzeichnen und ein bis zum Tode seines Vaters im Jahr 1992 gespaltenes Vater-Sohn-Verhältnis belegen.<sup>717</sup> Zunächst von seiner Mutter, einer begeisterten Leserin, und seiner Großmutter, einer Kinderbuchautorin, gefördert, beginnt Ellis bereits im Kindesalter *Harry The Flat Pancake* und *The Angel's Trip*, zu schreiben; ‘mini-novels’, die laut Ellis stark an LSD-Trips und an Franz Kafka erinnerten.<sup>718</sup> Ellis ist ein schlechter und stiller Schüler; sein einziges Interesse ist das Schreiben. Wegen seiner Schulnoten wechselt er von einer öffentlichen Schule auf die private Buckley-Schule in der Nähe von Los Angeles. Er spielt Keyboard in verschiedenen New Wave-Gruppen und frequentiert die LA Punkszene.<sup>719</sup> In einem Interview bezeichnet er sich als “Valley boy”<sup>720</sup> – ein Begriff, der an die Sprachdiktation und Konsumsensibilität von jungen, reichen Menschen aus Südkalifornien erinnert: “I

<sup>713</sup> The Globe.com *Chat Transcript*, 19 January 1999, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/globechat.html>.

<sup>714</sup> Ebda.

<sup>715</sup> Eileen Battersby, “From the moral low-ground,” *The Irish Times* 25 February 1999, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/irish2-99.html>.

<sup>716</sup> Vgl. Battersby, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/irish2-99.html> und “Von Frauen besessen: Amerikas Schockspezialisten Bret Easton Ellis und James Ellroy über Liebe, Literatur und Alkohol,” *Vogue* April 1993: 223.

<sup>717</sup> Meine Annahme auf ein gespaltenes Vater-Sohn-Verhältnis gründet unter anderem auf verschiedenen Anspielungen von Ellis hierauf in seinen Romanen. So zum Beispiel eine negative Bemerkung des Erzählerprotagonisten auf den Berufstand seines Vaters in *LTZ* (172, 174) und *TI* (60), die Darlegung des Vater-Sohn-Verhältnisses in *LTZ* (41–44, 144–45), welches sich in *TI* mit Timothy Price und seinem Vater mehr oder weniger szenisch wiederholt (42–68); aber auch durch Szenen mit Clays bzw. Prices Eltern und deren zwei Schwestern (*LTZ* 23–25, 64–70, 74–75, 123–25). Auch in einem Interview bejaht Ellis die Frage, ob es eine natürliche Feindseligkeit zwischen Mann und Frau gibt und gibt einen Einblick in sein Familienverhältnis: “Actually, I do think that. But I’m much more sympathetic to the female side. I saw my parents go through a very long, torturous divorce—it went on for eight years—where it seemed to me that the woman does not have the upper hand, or even a hand that’s barely fair, in a case like that. And I’ve seen my sisters—I’ve got two younger sisters—both of them mistreated by various boyfriends at various times.” (Bret Easton Ellis im Interview mit Love, 49)

<sup>718</sup> Vgl. den Eintrag über Bret Easton Ellis in *Current Biography Yearbook 1994*, Judith Graham, ed. (New York: H. W. Wilson, 1994) 171.

<sup>719</sup> Mark Amerika and Alexander Laurence, “Interview with Bret Easton Ellis,” 1994, [http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/bret\\_easton\\_ellis.html](http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/bret_easton_ellis.html).

<sup>720</sup> Anka Radakovich, (Interview with Ellis), *New York Daily News* 8 November 1987: 6.

even roamed the malls and said 'Hey dude'.<sup>721</sup> Nach Abschluss der High School soll er nach den Vorstellungen seines Vaters Wirtschaftswissenschaften an der University of Southern California studieren; Ellis sieht seine Zukunft eher als Schriftsteller. Er bewirbt sich an verschiedenen Kunsthochschulen, zieht 1982 an die Ostküste und schreibt sich im Bennington College in Vermont ein, das in all seinen Romanen als das fiktionale Camden College wiederkehren sollte. Mit einigen Prosaprobe bewirbt sich Ellis für den *creative writing*-Workshop mit Joe McGinniss, Bestsellerautor von *Fatal Vision*, einem *true-crime* Roman über den Mörder Jeffrey McDonald. Von diesem Moment an sollte Ellis' schriftstellerische Karriere wie in einem amerikanischen Film verlaufen:<sup>722</sup> McGinniss ist so beeindruckt von Ellis' Prosa, dass er Auszüge davon dem Sachbuchverleger Morgan Entrekin von Simon & Schuster vorlegt. Dieser und der Verleger für Fiktion, Robert Asahina, der sich noch an Ellis' frühere Prosaprobe während seiner Zeit beim *Harper's Magazine* erinnert, raten Ellis, die einzelnen Auszüge zu einem Roman zu verarbeiten: "These pieces might make an interesting book or novel if you want to give it a try."<sup>723</sup> Mit Hilfe seines Tutors McGinniss (Ellis wird ihm später sein Erstlingswerk widmen) überarbeitet Ellis diese 500-seitige und in der dritten Person erzählte Romanfassung aus seinem ersten Studienjahr: "That draft was written very hurriedly, in a period of eight weeks. It was sketchy, really just notes. . . . The real writing, I think, came in the *rewriting* process. Usually, for me at least it's the other way around."<sup>724</sup> Das Ergebnis war *Less Than Zero*; laut Larry McCarthy "a weirdly fascinating book . . . a book you simply don't forget."<sup>725</sup> Trotz verlagsinterner Kontroverse bezüglich der Veröffentlichung des Romans kaufen Entrekin und Asahina den Roman. Bret Easton Ellis:

The company was harshly divided on it; there was a group who really wanted to pick it up and there was a group who were vehement about not wanting to publish it at all. [...] I waited something like eight months until they finally came around and said, "OK, these are the changes that we want to make." It was a strange, slow process.<sup>726</sup>

Robert Asahina sollte zum treuesten Wegbegleiter und Verfechter von Ellis' Werken werden. Als *novel of adolescence* in der amerikanischen Tradition des 'life on the road'<sup>727</sup> traf *Less Than Zero* den Nerv der Zeit und sicherte Ellis sofort seinen Platz in der Brat Pack-Literatur: "Bret came along at a time when there was great interest in what young people were up to. It was young people he was writing about, and he was young himself."<sup>728</sup> Die Veröffentlichung des Romans verursacht großen Aufruhr in der Verlagswelt: Ellis ist erst 21 Jahre alt, noch (*senior*) im College und schreibt über ein Aufsehen erregendes Thema: "the aimlessness and *angst* of rich Los Angeles youngsters in their hectic world of drugs, casual sex and violence."<sup>729</sup> *Less Than Zero* wird durch Mundpropaganda innerhalb kürzester Zeit zum Bestseller, und Bret Easton Ellis avanciert vom unbekanntem Autor zur "first voice of a New Generation"<sup>730</sup> und damit zum – auch in der Fachwelt respektierten – Kultautor seiner Generation<sup>731</sup>; einer Verpflichtung, die Ellis von Anfang an relativiert:

A lot of young people might disagree with its depiction of youth in the eighties, but I really haven't heard from that faction. Most of the response I've gotten has been fairly positive. They've said, 'OK. Great. Finally someone has written a book about what really is going on.' [...] It's site specific; it definitely is Los Angeles.

<sup>721</sup> Ebda.

<sup>722</sup> Vgl. Phoebe Hoban, "Psycho Drama," *New York* 17 December 1990: 34. In ihrem Artikel zeichnet Hoban Ellis' Anfang und Werdegang als Autor und sein "Hypen" ab 1982 nach.

<sup>723</sup> Hal May and Susan M. Trosky, eds., *Contemporary Authors*, vol. 123 (Detroit: Gale Research, 1989): 92 ff.

<sup>724</sup> Ebda.

<sup>725</sup> Larry McCarthy, "Less Than Zero by BRET EASTON ELLIS," *The Saturday Review* 11 July/August 1985: 80.

<sup>726</sup> *CA* 123, 92.

<sup>727</sup> Vgl. Steur, 247.

<sup>728</sup> Sheppard, "Yuppie Lit: Publicize or Perish," 65.

<sup>729</sup> Freese (1990), 68.

<sup>730</sup> Eliot Fremont-Smith, "The Right Snuff," *Voice Literary Supplement* May 1985: 21.

<sup>731</sup> *CAs* 123, 93.

Similar stuff might be going on in other places, and I'm sure it is. But finally the book was much more a warning about where this could end up rather than a qualified document about where things are right now. [...] I first of all don't believe that there's one or two spokespeople for a generation, one collective voice who's going to speak for the whole lot. The problem for me and writers like David Leavitt is that we're at a time when there aren't that many of us, when the artists are getting a lot younger and most of them haven't come forward yet. So I feel very ambivalent about having to take whatever is going on with my generation and being the one to speak about it.<sup>732</sup>

## ***Less Than Zero (LTZ)***

Der Romanprotagonist in *LTZ* ist der Studienanfänger Clay, der über die Weihnachtsferien von seinem Camden College in New England nach Los Angeles zu Familie und Freunden und Freundinnen zurückkehrt. Emotionslos schildert Clay die Kommunikationslosigkeit seiner Familie und die lustlosen Ausflüchte seiner Freunde und Freundinnen in Drogen und in sexuelle Perversionen gleich wie den Konsum von Snuff-Filmen während seines Aufenthaltes. Bret Easton Ellis' Aufzeichnungen von Clays "Monolog" schockieren durch die Apathie der Charaktere, welche nihilistisch auf ihre völlige Selbstzerstörung hinzusteuern scheinen:

[...] these teenagers are all rich and handsome or beautiful (most of the boys are blonde surfer types). Their parents and many of them are connected with movies, TV, or modeling. These children of affluence take drugs, drink expensive champagne, ride prestigious cars to each other's houses, hang out in bars, lounge around their swimming pools, make love indiscriminately and regardless of their partner's sex, eat as little as possible, watch MTV for hours, attend punk concerts, and play video games. [...] They constantly complain of boredom or of nothing to do. Many of them barely register each other's names or faces – a great deal of time is spent by . . . trying to remember if they have ever met, or waiting for unkept appointments. [Clay] is one step up the moral ladder from those around him, who appear to have abandoned judgments or analysis completely. When confronted by male prostitution or [gang rape] which his friends accept, he runs.<sup>733</sup>

Die ersten Rezensionen des Romans sind sehr unterschiedlich und schwanken zwischen ablehnend oder anerkennend positiv. Ellis wird sein junges Alter vorgeworfen, mit dem er sich eines solch expliziten Inhalts angenommen hatte. Der Roman wird aber auch formal – wegen (s)einer unausgereiften oder gar nicht vorhandenen Charakterentwicklung als "hollow . . . repetitive and boring"<sup>734</sup> – kritisiert. Zudem sei Ellis' Sprachdiktion zu stark an Autoren wie Nathaniel West, Raymond Chandler, F. Scott Fitzgerald, Ernest Hemingway, aber auch an die Autorin Joan Didion angelehnt. Bret Easton Ellis hierzu:

I've been influenced by a lot of writers, but I still can't see a thread between me and Hemingway, Joan Didion, or Joyce, or Flaubert: people who did influence me.<sup>735</sup>

I was hugely influenced by a lot of Journalism, especially the New Journalism.<sup>736</sup>

Gerade der Vergleich mit Hemingway und dabei insbesondere mit dessen Roman *The Sun Also Rises* (1926), durchaus ein literarisches Vorbild für Ellis, erfordere laut Literaturkritiker Dudley Brown auch eine genaue Differenzierung bezüglich *LTZ*:

---

<sup>732</sup> Ebda.

<sup>733</sup> *CAs* 123, 377.

<sup>734</sup> Ebda., 376.

<sup>735</sup> Amerika and Laurence, 3.

<sup>736</sup> Michael Schumacher, *Reasons to Believe: New Voices in American Fiction* (New York: St. Martin's Press, 1988) 121.

It is true that *Less Than Zero*'s characters make the Hemingway novel look pristinely innocent; nevertheless, both novels depict the 'Lost Generations' of their time, and the Hemingway characters often felt bored and aimless, like these. Also, Ellis' prose style is reminiscent of Hemingway's. He writes simple sentences, repeats key words, frequently uses 'and' rather than using subordination or coordination. And, for different reasons, the narrator of *Less Than Zero* understates emotion, avoids detailing feelings, and often uses matter-of-fact, deadpan tone. In Hemingway, such restraint is called 'grace under pressure' and is part of a behavioral code. Here, it is the narrator's defense against cracking up.<sup>737</sup>

Ähnlich positiv charakterisiert auch Sybil Steinberg Ellis' Erstlingsroman und feiert den Jungautor als Ausdruck einer neuen [alten] literarischen Generation: "Ellis' brazenly frank writing is electrifying. He brilliantly conveys this crowd's delirium, as well as the lack of fulfillment they cannot remedy. This is a trenchant, powerfully explicit rendering of a contemporary 'lost generation'."<sup>738</sup> Joan Didion – später Freundin und Kritikerin von Ellis – sei, so Steinberg weiter, von Anfang an erkennbares literarisches Ideal von Ellis: In ihrer Kompromisslosigkeit bei der fiktiven und doch sachlich geprägten Darlegung ihrer Gesellschaftsanalysen, bei der Verwendung einer emotional abgeflachten und aus einer subjektiven Perspektive erzählten Sprache, bei der Auswahl der Milieus als *locations* (es sind immer Durchgangsorte wie Flughäfen, Hotels oder Highways), bei der Darstellung einer Gesellschaft, in der jegliche ethische Werte fehlen, vor allem aber in ihrer formalen literarischen Aufzeichnung, in der Didion größtmögliche journalistische "Objektivität" frei von jeglicher Sentimentalität und rhetorischem Spiel sucht.<sup>739</sup>

Allgemein jedoch wird *Less Than Zero* von den Kritikerinnen und Kritikern weniger hinsichtlich seiner literarischen Qualität als vielmehr seines Wertes als kulturelles Dokument beurteilt; ob des Themas "teenagers coming of age in America"<sup>740</sup> wird Ellis' Erstlingswerk (und sein Protagonist Clay) mit J.D. Salingers *The Catcher in the Rye* (und seinem "Helden" Holden Caulfield<sup>741</sup>) verglichen und der Autor immer wieder als Experte einer hedonistischen *lifestyle*-Jugend hervorgehoben: Der Roman würde "the seamy underside of the preppy handbook"<sup>742</sup> darstellen und seine beunruhigende Wirkung aus "[its] unnerving air of documentary reality, underlined by the author's cool, deadpan, prose"<sup>743</sup> ziehen. Laut Ellis' Agentin Amanda (Binky) Urban<sup>744</sup> sei *LTZ* einfach der erste Roman, der über Drogen und Bisexualität in der Highschool berichtet. Die thematische Präsentation der Romanwelt bringt *LTZ* vor allem aber den Ruf ein, die erste "MTV-novel"<sup>745</sup> zu sein: Sowohl Jay McInerney als auch Bret Easton Ellis

<sup>737</sup> CAs 123, 378.

<sup>738</sup> Sybil Steinberg, "Less Than Zero," *Publishers Weekly* 12 April 1985: 86 ff.

<sup>739</sup> Vgl. ebda.

<sup>740</sup> Anne Jeanette Johnson, (Interview with Ellis,) *Detroit Free Press* 18 August 1985.

<sup>741</sup> Nikki Sahlín, "But This Road Doesn't Go Anywhere": The Existential Dilemma in *Less Than Zero*," *Critique* 33 (Fall 1991): 23–42. Nikki Sahlín vermag in ihrem Essay als eine der ersten KritikerInnen ein Werk von Bret Easton Ellis in einem literarischen wie kulturellen Kontext zu sehen. Vgl. hierzu Horst Steurs Auseinandersetzung mit Sahlíns These, wonach es sich bei Clay um einen "existential hero", um einen Helden weniger im realistischen Sinne als vielmehr um einen Jugendlichen, der sich mit grundsätzlichen Zweifeln auseinandergesetzt habe, handle: "Clay has become aware of his own anxiety and alienation, as well as the meaninglessness around him; and though he has found no solution, he has found the courage to continue to live. In having faced the absurd as he finds it, Clay takes on the proportions of an existential hero." (Steur, 21). Steur widerlegt Sahlíns These mit den philosophischen Schriften Sartres und Camus', indem er aufzeigt, dass die "Erfahrung des Absurden" bei Sartre und bei Camus aus einer anderen Grundhaltung stammt und dass Clay jegliche vermeintliche Freiheit verloren habe, "weil ihm [...] die Energie und – was schwerwiegender ist – die Bereitschaft zur Veränderung, zur Abgrenzung von seiner Clique und zur Übernahme von Verantwortung fehle." (Steur, 22)

<sup>742</sup> David Lehman, "Less Than Zero," *Newsweek* 8 July 1985: 70.

<sup>743</sup> Michiko Kakutani, "The Young and Ugly," *The New York Times* 8 June 1985: 32.

<sup>744</sup> Amanda Urbans Agenturadresse: c/o International Creative Management 40 West 57<sup>th</sup> Street, New York, N.Y. 10019. Urban hat weiters John Le Carré, Jay McInerney, Richard Ford, Allan Gurganus und Tom McGuane unter Vertrag.

<sup>745</sup> John Rechy, "Less Than Zero," *Los Angeles Times Book Review* 26 May 1985: 11. Vgl. vor allem Horst Steurs Auseinandersetzung mit den MTV-Zitaten in *Less Than Zero*, 130 ff.

werden mit ihren Romanen auf MTV zwischen “clips of prancing Prince and the Material Girl”<sup>746</sup> präsentiert und gehypt. Ellis gibt zu, mit *LTZ* ein sehr visuelles Buch geschrieben zu haben, das in seiner Ästhetik und einem schnellen *staccato*-Rhythmus in der Bildabfolge an ein Rockvideo angelehnt sein könnte: “My generation is really the first to have grown up in the shadow of the video revolution. [...] Being bombarded all the time by music videos, you tend to think of things, stories, in purely visual terms.”<sup>747</sup> In seiner Auseinandersetzung mit *LTZ* als “MTV-novel” kommt der deutsche Amerikanist Peter Freese zum Schluss, dass die äußere Form des Romans zwar durchaus mit der schnellen Abfolge eines Videoclips im Musikfernsehen verglichen werden kann. Allerdings sei *Less Than Zero* keine “MTV novel”, a genre which due to the differences between visual and verbal texts will remain impossible.”<sup>748</sup> Hinter dem oberflächlichen Text vermag Freese aber eine Struktur zu erkennen, welche dem Roman eine unerwartete Kohärenz und zusätzliche Bedeutung verleihen würde und die er folgendermaßen beurteilt:

*Less Than Zero* is not only an expressive cultural document but also an accomplished narrative. [...] it is a tale which manages to translate the fast-paced urgency, the total lack of historical awareness, the additive impact and the macabre glitter of musical television into narrative strategies which deserve to be taken seriously as expressions of a contemporary lifestyle and indications of future literary developments.<sup>749</sup>

Was Freese erkannte, sollte Steur Jahre später mit seiner fundierten wissenschaftlichen Analyse von *LTZ* belegen. Ellis war es gelungen, den Lebensstil und -rhythmus, das heißt die “Perspektivenlosigkeit” einer hyperhedonistischen und materialistischen Generation sehr glaubhaft zu vermitteln:<sup>750</sup>

[*Less Than Zero*] authentically expresses the lifestyle of a generation nourished on the ubiquitous products of a sensation-bent entertainment industry, a generation in love with the violent and rebellious music of rock and punk, conversant with the escapist underground culture of drugs, abandoned by their pleasure-hunting, success-oriented and irresponsible parents, and haunted by a sense of impending doom.<sup>751</sup>

In seiner Vermittlung von Authentizität sei der Roman mit offenen und versteckten Materialzitate und Querverweisen aus der amerikanischen *popular youth culture*, insbesondere aus der angloamerikanischen Rock- und Popszene der 1980er-Jahre<sup>752</sup>, überhäuft; laut Steur handle es sich dabei um “Symbole und [...] kulturelle Codes einer Generation, die vielfach nur innerhalb der Gruppe verstanden werden [können]”<sup>753</sup>. Plot und Sprache scheinen vielleicht deshalb auf den ersten Blick Material einer “cheap exploitation fiction”<sup>754</sup> zu sein; was jedoch diesen Roman hervorhebt, so der Kritiker Dudley Brown, sei des Autors Talent für Struktur und seine Fähigkeit “to ‘build a novel which, though merely a series of repetitious journeys and episodes, has a strong cumulative impact”<sup>755</sup>.

---

<sup>746</sup> Powers, 44.

<sup>747</sup> Sharon K. Hall, ed. *Contemporary Literary Criticism* (Vol. 39), Detroit: Gale Research, 1985: 39, 55.

<sup>748</sup> Freese (1990), 84.

<sup>749</sup> Ebda.

<sup>750</sup> Siehe Steurs Schlusskommentar auf Seite 252.

<sup>751</sup> Freese (1990), 84.

<sup>752</sup> Darauf verwies bereits Peter Freese in seinem Essay über Ellis’ Erstlingswerk “Bret Easton Ellis, *Less Than Zero*: Entropy in the ‘MTV Novel?’”. Der bekannte deutsche Literaturwissenschaftler und Amerikanist belegte darin, dass der Buchtitel *Less Than Zero* – im Zusammenhang mit vielen weiteren Hinweisen im Text – als klare Anspielung auf den Song “Less Than Zero” des britischen Punk- und New Wave-Sängers Elvis Costello zu sehen ist. “Costello’s songs, then, conjures up the very atmosphere of a world violently out of joint, and drifting towards ultimate chaos, filled with the ubiquitous ‘noise’ of the mass media and pervaded by a desire for the release of death, which also pervades *Less Than Zero*. Consequently, the novel’s title is a programmatic statement which places the book within the wider context of a youthful punk and rock revolt.” (Freese, 1990, 83)

<sup>753</sup> Steur, 16.

<sup>754</sup> *CAs* 123, 377.

<sup>755</sup> Ebda., 378.

Hinter der strukturellen Anlehnung *LTZs* an eine *road novel* liegt – wie Steur beispielhaft demonstriert – ein ganzes Netz von “Beziehungen und Wiederaufnahmen auf der szenischen, verbalen und verweisenden Ebene”<sup>756</sup>. Diese stellen im “kaleidoskopischen Geschehen”<sup>757</sup>, das heißt zwischen den scheinbar zusammenhanglosen Elementen, einen inneren Zusammenhang her, strukturieren den Roman mit und schaffen damit eine “insgesamt durchkomponierte Gesamtstruktur”<sup>758</sup>, wodurch sich der Roman zu seiner Gesamtaussage verdichtet. Diese wiederum würde sich den Lesenden, so Steur, aber erst im soziokulturellen “Verstehensprozeß”<sup>759</sup> erschließen: Denn Ellis hat die Rolle der Leserinnen und Leser so angelegt, dass deren (Hintergrund-)Wissen aus der *popular youth culture* – wie bereits angedeutet – ein konstitutiver Teil der Struktur des Romans<sup>760</sup> und fest eingeplanter Bestandteil des ästhetischen Effekts<sup>761</sup> ist. Um also den Roman in seiner Komplexität zu verstehen, müssen die verschiedenen Querverweise und Textzitate in *LTZ* (wie Film-, Fernseh- und Musikinhalte sowie -entwicklungen, Romaninhalte, Produkte, Werbespots, Aussagen und Handlungen von bekannten Persönlichkeiten usw.) erkannt und in Beziehung gesetzt werden. Damit würde es Ellis gelingen, Lebenswelt und Lebensgefühl einer Gesellschaft zu vermitteln, die von fehlender mitmenschlicher Interaktion, Kommunikationslosigkeit, Leere und Langeweile gekennzeichnet ist und in der “Brutalität, Gemeinheit und Tod allgegenwärtig sind”<sup>762</sup>:

[...] such a world has already entered the ‘twilight zone’ of chaos and inertia, in which the available energy has been spent and the entropy of the system is moving towards a maximum. Therefore, the atmosphere which pervades *LTZ* is not that of apocalypse, that is, of an impending Last Judgment which will bring both death and rebirth, an end and a new beginning, but that of entropy with its irreversible movement towards final chaos and decay [...] brilliantly put to literary use by Thomas Pynchon, the concept of entropy as a gradual reduction of communicable information is also implemented in Ellis’ novel. The numerous dialogues between Clay and his friends never become a real exchange of ideas or opinions. They constitute frightening examples of the speechlessness of an almost autistic generation living in a world in which true meaning has long been buried under the relentless onslaught of never-ceasing information.”<sup>763</sup>

Ellis veranschaulicht diese fatale Eingleisigkeit bzw. Perspektivenlosigkeit der Jugendlichen mittels ihrer Porträtierung als auffallend homogene Konsumgeneration, wo Namensverwechslungen die Austauschbarkeit der Romanfiguren belegen und damit auf den allgemeinen Verlust von Individualität verweisen.<sup>764</sup> Mit dieser unmittelbaren und für Ellis’ Werke charakteristischen Übereinstimmung von Inhalt und Form gelingt es Ellis, den Text- und Lebensrhythmus der Generation aufeinander abzustimmen. Die subjektive Wahrnehmungsweise der Romanfiguren – ihr Zeitrhythmus ist ausschließlich am Konsumzyklus in einem *endless present* festgemacht – und ihre textliche Wiedergabe im Präsens verstärken das Gefühl der Dringlichkeit dieser Perspektivenlosigkeit. Die Welt von Ellis’ Romanfiguren wird damit von Anfang an in ihrer Aussichtslosigkeit und Indifferenz, aber auch in ihrer Zusammenhanglosigkeit erschreckend spürbar:

Die Figuren von *Less Than Zero* leben in einer Welt, in der die traditionelle Differenz zwischen Sein und Schein, zwischen *fact* und *fiction* aufgehoben scheint. Es gelingt Ellis, durch die Vermischung von *fact* und *fiction* ein überzeugendes Bild einer Gesellschaft zu zeichnen, in der die von den Medien propagierten Verhaltensmuster internalisiert worden sind und eine kritische Distanz unmöglich geworden ist. Es ist eine Gesellschaft, in der von den Romanfiguren eigene Erfahrungen durch medienvermittelte Erfahrungen

---

756 Steur, 248.  
 757 Ebda.  
 758 Ebda.  
 759 Ebda., 250.  
 760 Ebda.  
 761 Ebda., 249, 251.  
 762 Ebda., 90.  
 763 Freese (1990), 81 f.  
 764 Vgl. ebda.

ersetzt werden und in der die Konstruktion von Wirklichkeit weniger als je zuvor durch direkte Interaktion in sozialen Gruppen, sondern vor allem über Medien erfolgt. [...] Der damit verbundene Abbau des Schuldgefühls und der Verantwortlichkeit des Einzelnen lässt die Jugendlichen auf 'reale' Gewalt reagieren wie auf ein Simulacrum von Gewalt.<sup>765</sup>

“Images so violent and malicious that they seemed to be my only point of reference for a long time afterwards. After I left.”<sup>766</sup> Clays letzte Worte in *Less Than Zero* nehmen bereits Ellis' Leitmotiv, welches sich von diesem Moment an unbarmherzig durch alle Romane ziehen wird und KritikerInnen wie VerfechterInnen von Ellis' Werk polarisiert, vorweg:<sup>767</sup> – die Darstellung von Gewalt als Mittel zum Zweck. Ellis schockiert, vermag zugleich jedoch die zunehmende Indifferenz und Desensibilisierung einer hyperkonsumistischen und schnelllebigen Mediengeneration zu transportieren und ihren “totalen Mangel an Reflexivität und Geschichtlichkeit”<sup>768</sup> zu veranschaulichen.

CA: Television plays an important part in the book. (The characters are often watching MTV or playing video games.) Do you feel that television has had a direct effect on the craft of your writing?

BEE: Unconsciously, I'm sure it has contributed to this generation's short attention span. I don't know if television has influenced my writing so much as other books that I was reading when I was growing up. Most certainly movies have been an influence. I don't see how any writer born after the 1940s or 1950s can not have been influenced by films: At least for me, they've made more of an impression and their influence has been a lot stronger than the influence of TV.<sup>769</sup>

1986 schließt Ellis sein Studium ab und veröffentlicht ein Jahr später seinen zweiten Roman. Es ist seine Abschlussarbeit über die Höhen und Tiefen des Studienlebens: *The Rules of Attraction*. In der Zwischenzeit wurde *Less Than Zero* von Marek Kanievski mit “Brat Packern” wie Robert Downey Jr., Andrew McCarthy und Jamie Gertz verfilmt, wobei die Filmversion (1987)<sup>770</sup> zur Moralgeschichte wird. Bret Easton Ellis, der sich gerade aus dieser Befürchtung heraus nicht an einer am Mainstream orientierten Filmadaption beteiligt hatte, beurteilt vierzehn Jahre später die Interaktion von Film und Buch als sehr positiv für das Interesse der LeserInnen an seinem Roman und damit auch für den implizierten finanziellen Erfolg:

[The movie] *Less Than Zero* was bad and should not have been made the way it was made. But I think the book got an even bigger life because the movie came out, and so many people bought the book whether they liked the movie or not. When a movie of your book comes out, sales go up no matter what the movie is like. *Less Than Zero* has been in print for 14 years now, and people still seem to read it. In a way I'm glad the movie came and went, and was such a big bomb. [...] I don't think the movie overshadowed the book.<sup>771</sup>

*Less Than Zero* hatte Bret Easton Ellis über Nacht reich gemacht. Sein Einkommen, das von jenem Augenblick an mit dem eines Börsen-, Versicherungsmaklers oder Bankiers vergleichbar war, sollte Ellis nach seinem Studienabschluss den Weg in die Yuppieszene New Yorks ebnen.

---

<sup>765</sup> Steur, 249 f.

<sup>766</sup> Ellis, *LTZ*, 208.

<sup>767</sup> *CAs 123*, 378.

<sup>768</sup> Steur, 90.

<sup>769</sup> *CA 123*, 93.

<sup>770</sup> *Less Than Zero* (USA: 1987). Released by Twentieth Century Fox. Director: Marek Kanievski. Screenplay: Bret Easton Ellis and Harley Peyton. Cast: Andrew McCarthy, Jami Gery, Robert Downey, Jr. 98 min.

<sup>771</sup> Joshua Klein, “Bret Easton Ellis. *American Psycho?*” *The Onion A.V. Club*. Online, March 1999, <https://www.avclub.com/bret-easton-ellis-1798208018>.



## ***The Rules of Attraction (TROA)***

“A compelling and controversial tale of student sex and romantic entanglements on a New England college campus.”<sup>772</sup> Ellis bezeichnet *TROA* als “a lazy, draggy campus comedy about people misrepresenting other people’s advances and affections.”<sup>773</sup> Der Roman kann als thematische Fortsetzung von *Less Than Zero* gesehen werden, allerdings hat sich das Szenario räumlich verschoben: “the village of the damned goes East”<sup>774</sup>. Die Ereignisse finden im Herbst 1985 in New Hampshire im fiktionalen Camden College (wo auch Clay aus *LTZ* studiert hat) statt und drehen sich um drei Hauptfiguren: um Lauren, eine promiskuitive Kunststudentin, um Paul, einen scheuen Schauspielabsolventen und um den zynischen Scheinstudenten in Literatur Sean (der sich als jüngerer Bruder von Patrick Bateman, dem Protagonisten von Ellis’ nächsten Roman *American Psycho (AP)* herausstellen und im Briefwechsel mit Timothy Price aus *AP* stehen wird und der auch in Ellis’ späterem Roman *The Informers* auftritt). Alle drei Romanfiguren haben Liebesbeziehungen zueinander, die sich wie ein roter Faden durch den Roman ziehen und die Mehrdeutigkeit von Sexualität – ob Homo-, Bi- oder Heterosexualität – als Merkmal in Ellis’ Romanwerk bestätigen. Neben den drei Protagonisten gibt es noch elf weitere Charaktere, die einander in ihren Monologen abwechseln und darin nüchterne Bestandsaufnahmen ihrer frustrierten Erwartungen und Sehnsüchte geben. Wie in *LTZ* sind alle Romanfiguren Teil einer Elite und von Geburt an reich, besitzen ein enzyklopädisches Wissen über Rockmusik und betäuben sich mit Sex, Drogen und Alkohol, um die Leere ihres Lebens ertragen zu können.

Capasso: ‘Was your college life as crazy as the ones you exemplify in your novels?’

BEE: ‘If it was, I wouldn’t have been able to write the novels. I was fairly straight-laced, even boring in college.

I liked to watch.”<sup>775</sup>

*TROA* fällt bei den Kritikerinnen und Kritikern durch: Im Gegensatz zu *LTZ* fehle “the violence and designer labels of *Less Than Zero* as well as its reporting-on-a-scene trendiness”<sup>776</sup>; auch die akademische Seite des Studienlebens sei kaum bis gar nicht präsent: “we actually catch a glimpse of one professor [...] and he is asleep on his office couch and reeks of pot”<sup>777</sup>. Andere KritikerInnen wiederum versuchen eine etwas qualifiziertere Werkbetrachtung, womit neben dem Fehlen einer literarischen Stimme durchaus Ansätze einer gewissen literarischen Ästhetik gegeben seien: “Ellis has his pretensions (the book starts and finishes in the middle of a sentence, and one diary entry is in easy French), but he successfully fleshes out his characters and creates involving situations.”<sup>778</sup> Tatsächlich sollte die formale Präsentation des Textes – *visueller Stimulus* für Ellis – ein Merkmal seiner Texte werden:

[...] In terms of how words look on a page, in terms of space breaks, in terms of how much white should be on a page: these are all things I think about constantly. If I see a paragraph looks – just aesthetically, visually – too long and for some reason interrupts some narrative flow or fluidity, then I will break that paragraph up. Not necessarily because of the language or the words, but purely on a visual basis. With a conversation, you might want to get across the idea that they’re not connecting, so in a visual way you can string along twenty single lines of dialogue. The visual stimulus that words have on a page is something I think about. I don’t know if older writers are concerned with that.<sup>779</sup>

---

<sup>772</sup> Der Verlagskommentar auf der Rückseite des Romans *LTZ*.

<sup>773</sup> Michael Tyrnauer, “Who’s Afraid of Bret Easton Ellis?” *Vanity Fair* August 1994: 97.

<sup>774</sup> Sheppard, “Yuppie Lit: Publicize or Perish,” 65.

<sup>775</sup> Wired Digital, ed, “Bret Easton Ellis on Hotwired,” 29 September 1995, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/ellishotwired.html>.

<sup>776</sup> Pagan Kennedy, “Generation Gaffe,” *The Nation* 1 April 1991: 427.

<sup>777</sup> Richard Eder, (Interview with Ellis,) *Los Angeles Times Book Review* 13 September 1987.

<sup>778</sup> Susan Avallone, (Interview with Ellis,) *Library Journal* 15 September 1987.

<sup>779</sup> Amerika and Laurence, 2.

Die Darlegung der Dialoge in beiden Romanen nimmt jedoch bereits das große sprachliche Fingerspitzengefühl des Autors als Stilmerkmal vorweg:

A/L: You seem to have an ear for dialogue: because you have captured a common language; at the same time, you're stylizing it. Are there any writers or artists who helped you develop that sense of writing with your ear?

BEE: That's a really good question. Where does it come from? I would say from seeing a shitload of movies, reading a ton of books, watching enormous hours of television, and having it all soak in. If for some reason you want to be a writer, that's where the ear comes from. I don't know what other reference points there were when I was growing up. It was books, movies, TV and rock and roll.<sup>780</sup>

Trotz grundsätzlich negativer Feedbacks gibt es einige Kritiker wie den Schriftsteller Gore Vidal, die den Roman loben: "I thought it was really rather inspired, [...] these nutty characters, each on his own track – and the tracks keep crossing."<sup>781</sup> Vidal spielt damit (un-)bewusst auf ein weiteres, nun evidenten Merkmal von Ellis' Romanen an – auf das *fiktionale Milieu*, das Ellis mit *TROA* festgelegt hatte: Einzelne Figuren und Namen werden ab diesem Zeitpunkt immer wieder als Haupt- oder Nebenfiguren in den verschiedenen Romanen von Ellis auftauchen. Allerdings wird in den einzelnen Romanen immer nur ein Lebensaus- und -abschnitt, ein so genannter *moment of social history* der einzelnen Figuren gezeigt; wobei den Leserinnen und Lesern ob der fehlenden "Reflexivität und Geschichtlichkeit"<sup>782</sup> deren Gedankenwelt jedoch verborgen bleiben wird. Somit wird es in den einzelnen Romanen weder eine Weiterentwicklung der Figuren noch Aufschluss über bzw. Rückschluss auf das in allen Romanen porträtierte menschliche Verhalten geben, welches weder von "tradierten Normen und Werten noch von rationaler Selbstkontrolle gesteuert [...]"<sup>783</sup> ist. Ausschließlich über das In-Beziehung-Setzen der Erlebnisse, Aussagen und Beziehungen in den einzelnen Romanen eröffnen sich den Leserinnen und Lesern, zeigt Steuer weiter, das Verständnis für die Gefühlskälte und für die Gleichgültigkeit der Figuren. In diesem Kontext wird also neben der elterlichen Kommunikationsunfähigkeit vor allem die Kommunikationsunfähigkeit einer ganzen Generation – bei der Lebensbeziehungen durch materiellen Reichtum und sozialen Status korrigiert bzw. substituiert wurden – ersichtlich. Damit sollten Ellis' Romane zu Porträts einer von Unsicherheit und Hoffnungslosigkeit geprägten Wohlstandsgesellschaft werden, deren Sinnsuche ob des Fehlens immanenter Werte sich einzig auf das Konsumieren (materieller Werte) beschränkt.<sup>784</sup>

*TROA* fällt auch bei der (jungen) Leserschaft durch und wird zum finanziellen Flop. Jahre später gesteht Ellis in einem Interview, dass *The Rules of Attraction* von allen seinen Romanen sein liebstes Kind sei und macht damit die hintergründig vorhandene Sentimentalität im Roman verständlich, die auch eine Schwachstelle des Romans darstellt:

Sometimes writing a novel can be so overwhelming and so exhausting emotionally that you're really lucky if you can get fifty or sixty percent of what you really wanted to initially do on paper. I think, for example, *The Informers* by far is probably sentence by sentence the best writing I've done. I don't know if it's the best book, but I do think that the writing is, let's just say, very unembarrassing to me. I still think *The Rules of Attraction* is the one book that I really got down everything that I wanted to do. I wrote a book that really threatened to annoy a great many people. At the same time, I just really have a soft spot in my heart for *Rules*. That might

---

<sup>780</sup> Ebda., 3.  
<sup>781</sup> Gore Vidal zitiert nach Tyrnauer, 97.  
<sup>782</sup> Steuer, 249.  
<sup>783</sup> Ebda., 251.  
<sup>784</sup> Vgl. auch ebda., 252.

be because *Less Than Zero* and *American Psycho* were these big bullies that could take care of themselves. *The Rules of Attraction* was so slammed because it was about these really annoying, atrocious kids nattering on and on about their lives at college and 'oh, he doesn't love me, or she doesn't love me or whatever.' It got a tremendous amount of flak that I thought really wasn't due the book. So I sort of have a soft spot for it.<sup>785</sup>

Enttäuscht, aber von dem Wunsch besessen über New York zu schreiben, zieht Ellis von Bennington in den Big Apple. Er lernt Yuppies und die Wall Street kennen, frequentiert mit seinem Schriftstellerkollegen Jay McInerney und den Verlegern Morgan Entrekin and Gary Fisketjon die Orte und Restaurants der "nanosecond"<sup>786</sup>: "I'd go to parties fucked up out of my mind and then plan on escaping the party to get even more fucked up. I began to get much more pessimistic and nihilistic towards the world."<sup>787</sup> Sozusagen als Gegenmaßnahme, um nicht selbst vom Yuppie-Lebensstil vereinnahmt zu werden, beginnt Ellis intensiv an *American Psycho* zu arbeiten, und es kursieren Gerüchte, dass er seinen Verstand verlieren würde<sup>788</sup>: Hin- und hergerissen zwischen der Attraktion des Yuppie-Lebens selbst und seinem Anliegen, dieser Yuppie-Welt satirisch zu begegnen, war für Ellis die Gefahr groß, selbst zum Gegenstand der Verachtung zu werden. Aus Ellis' innerem Zwiespalt zwischen Selbstverkörperung eines Yuppies und Hass auf das Yuppium sollte dann auch die Figur des Patrick Bateman entstehen; eine Figur ohne Charakter und moralisches Empfinden – zwischen Irrsinn und Horror. In dieser Zeit stürzte Ellis in eine tiefe Lebenskrise und Depression:

[...] You're making up stuff, but at the same time it's autobiographical because it stems from how you're feeling. I think temperament and sensibility can be autobiographical. *American Psycho* was, for me, an autobiographical novel. Not because I went around chopping up prostitutes, not because I worked on Wall Street, but because the tone of the book accurately reflects how I was feeling when I was writing it. If I was a well-adjusted happy person doing the writing of that book, it would have been a much different book. It would have been a lot less violent and bitter. [...] You don't write a novel for a reaction. You write novels for very personal reasons.<sup>789</sup>

Viele Jahre nach dem Erscheinen von *American Psycho* spielte Ellis erstmals auf die Frage, ob denn die Figur Patrick Bateman an eine Person, die er persönlich kannte, angelehnt sei auf die Yuppie-Szene New Yorks und dabei insbesondere auf sich selbst und seinen Vater an. Später wird er *American Psycho* als eine Art persönliche Abrechnung mit seinem Vater bezeichnen:<sup>790</sup>

[...] I think it was a criticism of the way my father lived his life because he did slip into that void. He was the ultimate consumer. He was the sort of person who was completely obsessed with status and about wearing the right suits and owning a certain kind of car and staying at a certain kind of hotel and eating in a certain kind of restaurant regardless of whether these things gave him pleasure or not. So the book, in the end, was a criticism of his values. And they were values that he passed on to me and I still can't say I've completely shaken off. There are still things that I recognize about myself that I know my father infected me with. Certain attitudes I have about things. I still can't get a cheap haircut. My father always took me -- ever since I was a young man -- to a certain kind of hair salon to get my hair cut. And I cannot -- even though I think it's outrageous to spend whatever it costs for a men's haircut in Manhattan, eighty dollars? Ninety dollars? I still

---

<sup>785</sup> Jamie Clarke, "Interview with Bret Easton Ellis," Part III, 22 October 1998, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint3.html>.

<sup>786</sup> Tyrnauer, 97.

<sup>787</sup> Ebda., 124.

<sup>788</sup> Vgl. Bret Easton Ellis im Interview mit Robert Love in "Psycho Analysis," *Rolling Stone* 4 April 1991: 47.

<sup>789</sup> Love, 47.

<sup>790</sup> Interessanterweise ist auch in seinem 1999 erschienenen Roman *Glamorama* der Vater als Bösewicht dargestellt; als Politiker, der – um seine eigene Haut zu retten – seinen Sohn in terroristische Machenschaften verwickeln lässt.

can't escape that pull. It's always there. In a way I guess, *American Psycho* was my send off to my dad, my way of saying, 'I'm going to escape your grasp somehow' and I think that's how he informed the book.<sup>791</sup>

In einem Interview im Jahr 1990, das später Teil des Verkaufsmaterials von *American Psycho* wurde, erzählt Ellis, wie er auf das Thema selbst, an dem er mehr als drei Jahre arbeiten sollte, gekommen war und wofür er die Lehrbücher des FBI mit allen Erkenntnissen über Serienmörder und Gewalt, *pulp*-Romane, alle *true-crime* Romane über Ted Bundy und andere Serienmörder lesen würde:

I already had the idea to write about a serial killer before I moved to New York in 1987. That summer, before the [stock market] Crash, I was hanging out with a lot of Wall Street guys. What fascinated me was that they didn't talk about their jobs at all – only about how much money they made, the clubs and restaurants they went to, how beautiful their girlfriends were. It was all about status, about surface. So I thought about juxtaposing this absurd triviality with extreme violence [...] If people are disgusted or bored, then they're finding out something about their own limits as readers. I want to challenge *their* complacency, to provoke them. [...] *American Psycho* is partly about excess – just when readers think they can't take any more violence, or another description of superficial behavior, more is presented – and their response toward this is what intrigues me.<sup>792</sup>

Ellis' Unterfangen sollte aufgehen, allerdings anders, als der Autor es sich erwartet hatte: Was der Veröffentlichung von Ellis' drittem Roman vorausging, war eine heftige Kontroverse, die sich über den Zeitraum einer Vor-Veröffentlichung Ende Oktober 1990, einer vorläufigen Streichung des Romans Mitte November und seiner tatsächlichen Veröffentlichung im März 1991 zog. Diese Auseinandersetzung spiegelte den Kulturkampf der 1980er-Jahre wider und wurde sowohl in der amerikanischen Verlagswelt als auch in der breiten Öffentlichkeit ausgetragen. Seit Vladimir Nabokovs Roman *Lolita* (1955) und William Burroughs *Naked Lunch* (1959) hatte es in Amerikas literarischer Welt keinen solchen Aufruhr mehr über einen Roman gegeben;<sup>793</sup> es war ein Aufstand, der sich um Zensur, Einschränkung der freien Meinungsäußerung und politische Korrektheit drehen sollte. Ellis wurde über Nacht US-weit zum Autor des "most controversial book ever published by a mainstream American publisher"<sup>794</sup>: Kulturell stigmatisiert fühlt sich Ellis auch noch Jahre später in seiner eigenen Beurteilung als (literarisches) Opfer und (finanzieller) Nutznießer dieser außergewöhnlichen Medienaufmerksamkeit. Verantwortlich für diese Veröffentlichungskontroverse war neben dem konservativen amerikanischen Kulturklima um 1990 der Schneeballeffekt eines Mediensystems, das sich weniger einer seriös recherchierten Berichterstattung als vielmehr der schnellen Sensationsmeldung verschrieben hatte. Das Medien-Spektakel um die Veröffentlichung des Romans, worin es – weniger um den Inhalt als um die Form – nicht um das Produkt selbst sondern um seine Präsentation ging, belegt exemplarisch das Zeitalter des Hyperkonsumismus und ist allein schon deswegen Existenzberechtigung

---

<sup>791</sup> Jamie Clarke, "Interview with Bret Easton Ellis," Part II, 4 November 1996, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint2.html>.

<sup>792</sup> Hoban, 36.

<sup>793</sup> Vgl. "Lolita," *CNN*, 1999, <http://europe.cnn.com/SPECIALS/books/1999/nabokov/lolita.sociological.essay> (Page Not Available - Missing Link). Steur 26, Fußnote 112, 113, worin Steur schreibt, dass gleich wie Vladimir Nabokovs Roman *Lolita* auch William Burroughs' Roman *Naked Lunch* der Zensur zum Opfer gefallen war. Beide Autoren hätten lange Zeit versucht, ihre Werke über einen amerikanischen Verlag zu publizieren, waren daran gescheitert und veröffentlichten ihre, für die damalige Zeit als "obszön" betrachteten, Romane dann in Frankreich beim Olympia-Verlag. Wurde *Lolita* 1958 für Amerika freigegeben, so ließ die Freigabe von *Naked Lunch* bis 1962 auf sich warten. Der Originaltitel *The Naked Lunch* (The Traveller's Companion Series, Paris: Olympia Press, 1959) wurde dabei zu *Naked Lunch* (New York: Grove Press, 1962) verändert. Steur weist dabei "auf die lang andauernde Kontroverse über das Recht der Amerikaner, das zu lesen und zu sehen, was sie wollen", hin. Erst am 21. März 1966 legte der U.S. Supreme Court in drei Entscheidungen, in denen er Stellung zu den komplexen Fragen einer Wertung literarischer Texte und der Beurteilung von Pornographie und Obszönität [bezog], die Rechtsgrundlagen, die schließlich zur endgültigen Aufhebung des Publikationsverbots von *Naked Lunch* führten, [fest]."

<sup>794</sup> Will Manley, "Facing the public: Hacking and Slashing," *Wilson Library Bulletin* June 1991: 60.

genug für Ellis' Roman; eines Textes, der in seiner (scheinbaren) Oberflächlichkeit die unreflektierte Auseinandersetzung als Merkmal einer desensibilisierten Gesellschaft aufzeigt. In jedem Fall jedoch sei die Veröffentlichungsgeschichte – so die Journalistin Phoebe Hoban – “an illuminating tale of the book business in the nineties”<sup>795</sup> mit den mächtigsten Mitspielern in der US-amerikanischen Verlagswelt.

## Die Veröffentlichungskontroverse um *American Psycho*

Im Dezember 1989 reicht der erst 23-jährige Bret Easton Ellis seinen dritten Roman, das Manuskript für *American Psycho*, beim Verlag Simon & Schuster ein: S & S hatte ihm für den Roman einen Vorschuss von 300000 US-Dollar gezahlt, unter anderem in der Hoffnung, mit Ellis' neuem Roman den Absatz seines vorhergehenden Romans *The Rules of Attraction* etwas anzukurbeln. Der Verleger von Ellis, Robert Asahina, überzeugt von Ellis' neuem Roman, verlangt einige kleine Änderungen und plant sogar eine Auflage von 40.000 gebundenen Büchern. Im Frühjahr 1990 weigert sich der Grafiker George Corsillo an *American Psycho* zu arbeiten. Seine Begründung lautet: “I'm disgusted with myself for reading it.”<sup>796</sup> Corsillo hatte die Umschläge der ersten zwei Romane von Ellis gestaltet. Trotz sich anhäufender interner Probleme wird der Roman bei einer Verkaufspräsentation im August 1990 mit einem Faltblatt vorgestellt: Dieses enthält die Synopse des Romans und einen Ausschnitt daraus “that included the grisly torture of a young girl who is electrocuted by jumper cables that have been clipped to her nipples”<sup>797</sup>. Im September kaufen die Buchläden den Roman. Anfang November waren bereits 19400 Exemplare bestellt.<sup>798</sup> Im Winterkatalog von Simon & Schuster wird *AP* als “black comedy, a disturbing portrait of a psychopath, a subtle send-up of the blatant behavior of the eighties and a grotesque nightmare of lust and insanity”<sup>799</sup> gehypt. Als ‘end of the eighties’-Roman ist das Veröffentlichungsdatum noch für Dezember 1990 angesetzt, wobei der Roman ab Mitte Januar 1991 im Handel erhältlich sein soll. Ellis wird für eine aufwändige Werbetour gebucht. Mitte Oktober erhalten einige Zeitschriften mit langer Produktionszeit gebundene Abzüge des Romans, welche normalerweise strengstens unter Verschluss gehalten werden. Nichtsdestoweniger beginnen Fotokopien des Manuskripts zu zirkulieren, die – noch unfertig – wie Kettenbriefe von Redaktion zu Redaktion hinter vorgehaltener Hand weitergereicht werden. Ende Oktober veröffentlicht das Wochenmagazin *Time* unter dem Titel “A Revolting Development” einen vernichtenden Artikel zur geplanten Verlagspublikation: “[*American Psycho* is] a childish horror fantasy about a Wall Street yuppie whose tastes run from *nouvelle cuisine* to the most appalling acts of torture, murder, and dismemberment ever described in a book targeted for the bestseller list”<sup>800</sup>. Im *Time*-Artikel wird auch der in der Präsentationsmappe erwähnte, grausame Romanausschnitt zitiert. Mit einer Anzahl von ähnlich expliziten, aus dem Kontext gerissenen Passagen und einem Bericht über “Säuberungsaktionen” im Verlag rückt wenig später die Zeitschrift *Spy* nach; verschiedene grausame Ausschnitte aus dem Romanmanuskript beginnen zu kursieren: Es sind Passagen, die unbestreitbar grausam sind, nichtsdestoweniger im (Kon-)Text die unterschwellig vorhandene soziale Indifferenz des Yuppiekreises bzw. der weißen Oberklasse Amerikas radikal veranschaulichen und damit

<sup>795</sup> Vgl. Hoban, 37. Die Journalistin führt die Veröffentlichungskontroverse des S & S-Verlages bzgl. *American Psycho* vor allem auf persönliche Feuden und Beweggründe in Verlagskreisen zurück; sie beschreibt in ihrem Artikel Hintergründe der verschiedenen Verlagsentscheidungen und -entwicklungen seit Ellis' Entdeckung als Autor durch Joe McGinnis.

<sup>796</sup> R. Z. Sheppard, “A Revolting Development,” *Time* 29 October 1990: 100.

<sup>797</sup> Hoban, 35.

<sup>798</sup> Ebda.

<sup>799</sup> Ebda.

<sup>800</sup> Sheppard, “A Revolting Development,” 100.

durchaus implizit kritisieren. Die Weiterentwicklung dieser Veröffentlichungsgeschichte belegt, wie von nun an ein völlig einseitiges, da aus dem Kontext gerissenes Bild des Textes unreflektiert weitertradiert wurde. Der seit 30 Jahren amtierende Verlagschef Richard E. Snyder von Simon & Schuster und Martin Davis, Geschäftsführer des Mutterkonzerns von Simon & Schuster, Paramount Communications Inc., werden auf den Roman aufmerksam. Nach hektischen Verlagsberatungen teilt Snyder Ellis' Agentin nur wenige Wochen vor der Auslieferung des Romans am 15. November mit, dass der Verlag nicht mehr gewillt sei, *American Psycho* zu veröffentlichen. Für Amanda Urban ist dies "an extraordinary move"<sup>801</sup>. Für Bret Easton Ellis kam dieser Entscheid "out of the blue . . . I was completely stunned and disappointed"<sup>802</sup>. Mit einer so gravierenden Entscheidung hatte der junge Autor nicht gerechnet; zumal der 399 Seiten lange Roman laut Ellis "nur" etwa zehn Prozent an explizit dargestellter Gewalt beinhalten würde.<sup>803</sup> Mit dieser Verlagsentscheidung und der nachfolgenden Veröffentlichungskontroverse sollte Ellis seine sofortige Aufnahme in die Liga der "Opfer" des gesellschaftskonservativ geführten Kulturkampfes – bestehend aus Robert Mapplethorpe, Andreas Serrano, Karen Finley und 2 Live Crew – finden.<sup>804</sup> Dick Snyder begründet seine Entscheidung mit einer Frage des Geschmacks: "It's not a First Amendment issue... It's not a right of free expression issue. [...] I made the decision on the basis of taste."<sup>805</sup> S & S verzichtet auf die Rückforderung des Vorschusses. Die vormals getroffene Entscheidung den Roman zu kaufen wird öffentlich als politisch nicht korrekt entschuldigt. Für den Präsidenten der *Authors Guild*, Robert K. Massie, ist dieser Verlagsentscheid ein schwarzer Tag in der Verlagsgeschichte Amerikas: "It's a day the guild has been predicting would come since giant corporations started buying distinguished American publishing houses."<sup>806</sup> Zwei Tage später kauft Sonny Mehta, Präsident des Alfred A. Knopf-Verlages und Teil des Verlagshauses Random House, *American Psycho* um 75000 US-Dollar für die verlagseigene Taschenbuchreihe Vintage Contemporaries. Mehta begründet den Aufkauf der Romanrechte mit den Worten: "The book was in great danger of being prejudged and predigested without its audience having read it. [...] It's a book with ambition, with serious intent."<sup>807</sup> Bevor Mehta 1987 zu Knopf gewechselt war, hatte er Ellis' ersten und zweiten Roman für den Picador-Verlag in Großbritannien verlegt und bei Alfred A. Knopf für Ellis geworben. In Bezug auf die heiß diskutierten Passagen verweist Mehta auf Pasolini, Genet oder Flaubert und meint "It's all a matter of taste and judgment."<sup>808</sup> Dann verkündet der Verlagspräsident, dass er dem Roman noch einen ästhetischen bzw. strukturellen, aber keinen inhaltlichen Feinschliff mehr geben werde, und setzt die Veröffentlichung von *American Psycho* für Mitte März 1991 an.

Die Frage nach den Gründen der Verlagsentscheidung von Simon & Schuster und ihrer Richtigkeit sollte die Wogen in der amerikanischen Öffentlichkeit hochtreiben: War es möglich, dass ein Verlagsriese wie Simon & Schuster – als Zeichen der *Political Correctness* und des guten Geschmacks – einer Verlagszensur oder einer Einschränkung der freien Meinungsäußerung nachgegeben hatte?

---

<sup>801</sup> Hoban, 36.

<sup>802</sup> Madalynne Reuter, "Vintage To Issue Controversial Ellis Novel After S & S Cancellation," *Publishers Weekly* 30 November 1990: 8.

<sup>803</sup> Hoban, 35.

<sup>804</sup> Vgl. ebda., 34.

<sup>805</sup> Reuter, 8.

<sup>806</sup> Anna Quindlen, "Publish or Perish," *The New York Times* 18 November 1990: D17.

<sup>807</sup> Reuter, 10.

<sup>808</sup> Ebda.

Ganz im Sinne eines Kulturkampfes beginnen sich nun konservative wie liberale KritikerInnen ein Gefecht zur Verteidigung oder Verurteilung der beiden Verlagsentscheidungen zu liefern.<sup>809</sup> Und wie viele weitere Personen aus der Verlagswelt vermutet auch Ellis' Agentin hinter dem plötzlichen Verlagsrückzieher von Simon & Schuster eine Unternehmenszensur:

Refusing to publish a book at this 11<sup>th</sup> hour without explanation raises the question whether there is a form of censorship going on here. Nor is the issue one of taste. What is involved here is a giant corporation responding to pre-publication controversy and strong-arming its publishing division into abandoning its own tradition of fearless publishing.<sup>810</sup>

Zum Vorwurf einer öffentlichen Zensur stellt die *American Book Association* jedoch bald darauf fest, dass es sich bei dem Verlagsentscheid von Simon & Schuster nicht um einen Fall von "Zensur" handle, da Ellis' Roman unter dem Schutz des *First Amendment* stehe und das Recht auf freie Meinungsäußerung ausschließlich durch eine gerichtliche Verurteilung des Romans als "obszön" aufgehoben werden könne.<sup>811</sup> Nichtsdestoweniger wird die Verlagsabsage von vielen Kritikerinnen und Kritikern scharf kritisiert.

In der nun folgenden Auseinandersetzung sollte es grundsätzlich nur wenige Stimmen geben, die das Buch im Vorfeld seiner Veröffentlichung nicht brandmarken bzw. eine differenzierte Position zur Verlagsabsage beziehen: Anna Quindlen in der *New York Times* beispielsweise verurteilt Simon & Schusters Rückzug als zu feige, sich einer literarischen Auseinandersetzung mit Ellis' Porträt der 1980er-Jahre zu stellen:

As an epitaph for the 80s, [*American Psycho*] has a repellent reality. The people are hateful, the violence nauseating, the sex graphic and impersonal. [...] The eternal question about violence in art is whether it simply reflects our worst behavior, or inspires it. We are so terrified of inspiration that sometimes we are moved to suppression. But reflection is essential because it often leads to thought, and occasionally to understanding. [...] There was only one reason to reject it now, this late in the game. That reason is cowardice.<sup>812</sup>

Die Schriftstellerin Lorrie Moore wiederum unterscheidet zwar zwischen einem Akt der Zensur und einer "botched rejection"<sup>813</sup>, betont jedoch die Entscheidungsfreiheit eines Verlages, Romane aus Gründen des Geschmacks nicht zu veröffentlichen. Obwohl Moore Ellis' Roman nach eigenen Angaben nicht gelesen hat, setzt sie das Filmwerk von David Lynch, dem "creator of twin peaks"<sup>814</sup>, und Bret Easton Ellis, dem Autor von *American Psycho*, als "pornography"<sup>815</sup> gleich. Aber gerade die Verlagsabsage aus Gründen des (guten) Geschmacks erscheint vor allem dem Präsidenten der *Authors Guild* Massie als unverständlich und fragwürdig: "How dare Davis, chief executive of the company that churns out those Friday the 13<sup>th</sup> gore movies, attack this book on the grounds of taste? No 12-year-old kid is going to read the Ellis book, but they

---

<sup>809</sup> Vgl. Ariane Manske, *Political Correctness und Normalität: Die amerikanische PC-Kontroverse im kulturgeschichtlichen Kontext* (Heidelberg: Synchron Wissenschaftsverlag der Autoren, 2002). Die Autorin liefert mit ihrer Dissertation eine akribische kulturgeschichtliche Auseinandersetzung mit dem Begriff der *Political Correctness*, einer "amerikanischen Debatte von ihrer Entstehung in den späten 80er Jahren bis hin zu ihrer Reflexion in der amerikanischen Öffentlichkeit und akademischen Forschung in den späten 90er Jahren des 20. Jahrhunderts anhand der Konfliktfelder des literarischen Kanons und der universitären Lehrinhalte." (Klappentext)

<sup>810</sup> Reuter, 10.

<sup>811</sup> Ebda.

<sup>812</sup> Quindlen, D17.

<sup>813</sup> Lorrie Moore, "Trashing Women, Trashing Books," *The New York Times* 5 December 1990: A27.

<sup>814</sup> Ebda.

<sup>815</sup> Ebda.

will get to see the butchery in those films.”<sup>816</sup> Auch der Kritiker Richard Bernstein stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage nach einem “berechtigten” Doppelstandard bei der Bewertung und Veröffentlichung von Büchern und “violent movies”<sup>817</sup>. Laut Aussage von Dick Snyder nämlich würde ein Buch einen tieferen Eindruck hinterlassen als ein Film, weswegen es auch gelte, Populärkulturtexte unterschiedlich zu bewerten:

There’s a lot of gratuitous violence in movies, and you also read about a lot of gruesome events in the newspapers, . . . Unfortunately, perhaps, you get sort of inured to it. But, when you really have to sit down and in the privacy of your own mind read a book word by word, it’s a more powerful experience. The violence has greater impact. You become the person you are reading about.<sup>818</sup>

Bernstein stimmt Snyder bei der unterschiedlichen Wirkung von Film und Literatur zwar grundsätzlich zu, verweist jedoch gleichzeitig auf die – bei einem Roman breitere – Toleranzgrenze sozial Unannehmbarem gegenüber; und zwar deshalb, weil ein Roman immer im Kontext von Literatur und deren Wert stehe: “[...] writing has far more tolerance for the socially unacceptable than do films. A novel can enfold violence and sexually explicit passages into a greater context of literary value.”<sup>819</sup>

Plötzlich geht es in der Debatte um eine freie, ästhetische Darstellung und um (literarische) Standards, wobei die Veröffentlichungskontroverse um *American Psycho* parallel auch Entwicklungen im Verlagswesen aufzeigen sollte: Der Roman wird nun nach den Gesichtspunkten “Standard”, “Geschmack” und “Verlagsverantwortlichkeit” bewertet.<sup>820</sup> Für den Chefredakteur von *Publishers Weekly* John Baker ist der Entscheid von Simon & Schuster das Beispiel eines verantwortungsvollen Verlegers und weniger eine Maßnahme von Zensur. “It seems to us, having dutifully read it, [...], that the book does transcend the boundaries of what is acceptable in mainstream publishing. [...] Once again the question is not: Should the work be banned? But rather: Do we want to publish it?”<sup>821</sup> Eine ähnliche Ansicht vertritt auch Edwin McDowell in der *New York Times*. McDowell führt jedoch die Festlegung von literarischen Standards in punkto “Geschmacklosigkeit” insbesondere auf den Wandel in der Verlagswelt, welche von Fusionen und Profitmache gezeichnet sei, zurück:

[...] the distinctive images of what houses stand for have largely disappeared, a casualty of changing public tastes, of mergers and consolidation, of the passing of the editorial torch to people less concerned with a house’s tradition. [...] most publishers of fiction and non-fiction contributed to altering those images by diversifying into such areas as reference, educational and children’s books, while authors and the editors who signed them up are now increasingly skipping around in search of the best deal.<sup>822</sup>

In dem am häufigsten diskutierten Artikel über *American Psycho* mit dem bezeichnenden Titel “Snuff This Book! Will Bret Easton Ellis Get Away With Murder?” begrüßt der *Life*-Kolumnist und Essayschreiber für die *MacNeill/Lehrer Newshour*, Roger Rosenblatt, Simon & Schusters Verlagsentscheid folgendermaßen: “Censorship is when a government burns your manuscript, smashes your presses, and throws you in jail. [...] If a publishing house is not entitled to withdraw its own book, who is? As for the timing of Simon & Schuster’s

<sup>816</sup> Associated Press (AP), “Publisher drops novel amid outcry,” *Sun-Sentinel* 17 November 1990: 3D. Vgl. auch Calvin Reid, “Was it Censorship? Some Reactions,” *Publishers Weekly* 30 November 1990: 10. Reid bietet darin ein Spektrum an Reaktionen und Verlagskommentaren zum “Fall” *American Psycho*.

<sup>817</sup> Richard Bernstein, “‘American Psycho’, Going So Far That Many Say It’s Too Far,” *The New York Times* 10 December 1990, late ed.: C 13.

<sup>818</sup> Ebda.

<sup>819</sup> Ebda.

<sup>820</sup> John N. Berry III, “American Psycho Is Not the Problem,” *Library Journal* January 1991: 6.

<sup>821</sup> John Baker, “Publishers Responsibility and Bret Easton Ellis,” *Publishers Weekly* 30 November 1990: 7.

<sup>822</sup> Edwin McDowell, “Publishing,” *The New York Times* 19 November 1990, late ed.: D8.



decision, better late than never.”<sup>823</sup> Das einzig Auffällige, das Rosenberg bei *American Psycho* erkennen könne, liege einzig und allein in Ellis’ Vermögen Markenartikel aufzulisten:

What *American Psycho* has is the most comprehensive lists of baffling luxury items to be found outside airplane gift catalogues. I do not exaggerate when I say that in his way Mr. Ellis may be the most knowledgeable author in all of American literature. Whatever Melville knew about whaling, whatever Mark Twain knew about rivers are mere amateur stammerings compared with what Mr. Ellis knows about shampoo alone.<sup>824</sup>

Damit sollte Rosenberg ganz nebenbei die Sprache des Hyperkonsumismus bei Ellis belegen. Rosenbergs Auseinandersetzung ist absolut oberflächlich, was allein schon seine Bemerkung “Batman? Norman Bates? Who cares?” belegt. In einem vernichtenden Ton und mittels Adjektiven wie “moronic”, “sadistic”, “lame and unhealthy”, “worthless” und mehr übt Rosenberg seine Kritik am Roman, der seiner Meinung nach literarisch ganz einfach unterentwickelt sei. Rosenbergs Botschaft an seine LeserInnen lautet daher “don’t buy it”:

That nonact would give a nice ending to our tale. It would say that we are disgusted with the gratuitous degradation of human life, or women in particular. It would show that we can tell real books from the fakes. It would give the raspberry to the culture hustlers who, to their shame, will not say no to obvious rot. Standards, anyone?<sup>825</sup>

Doch gerade diese kulturellen Standards, die Rosenberg als Status quo verteidigt, verkörpert und karikiert *American Psychos* Erzählerprotagonist: Patrick Bateman ist Produkt und Symptom einer frauenfeindlichen und homophoben US-amerikanischen-patriarchalischen Kultur, worin Frauen und Minderheiten auch als Konsumobjekte wahrgenommen und widerspiegelt werden. Auch für John N. Berry III. vom *Library Journal* ist die plötzliche Kategorisierung nach “Geschmack” und “Qualität” im Mainstream-Verlagswesen (geprägt von Autoren und Autorinnen wie Stephen King, Danielle Steel, u. a.) sowie die plötzliche Forderung nach einer (jahrelang vermissten) “responsibility’ of publishers” sehr fragwürdig. Kriterien und Forderungen, die – so Berry – im Mainstream-Verlagswesen an anderer Stelle und schon früher hätten diskutiert werden müssen;<sup>826</sup> für ihn gehöre *American Psycho* in jede Bibliothek, um Missverständnisse – wie beispielsweise bei Ellis’ Roman – sofort aufzuheben. Heute brauche das *mainstream publishing* vor allem eines, nämlich Mut:

Book publishing needs courage much more than ‘taste’ and ‘standards.’ Mainstream publishing needs the courage to risk books that break out of the boundaries that have trapped it in an intellectually bankrupt pursuit of best sellers that only occasionally, and usually accidentally, brings great literature to libraries and readers.<sup>827</sup>

Die US-amerikanische Autorenvereinigung PEN selbst wiederum vermag in dieser hitzigen Debatte der einzelnen Medienredaktionen keine klare Stellung zu beziehen.<sup>828</sup> Mehtas Entscheidung, *American Psycho* zu veröffentlichen, hatte zudem parallel zum Medienaufruhr eine durch Rosenbergs Artikel weiter angeheizte, breite Welle der Empörung in der amerikanischen Öffentlichkeit ausgelöst: Tammy Bruce, Vorsitzende des “Los Angeles Chapter of the National Organisation for Women” (LA, NOW), der größten US-amerikanischen feministischen Organisation, initiiert eine regelrechte Verfolgungsjagd auf Ellis und ruft

---

<sup>823</sup> Roger Rosenblatt, “Snuff This Book! Will Bret Easton Ellis Get Away With Murder?” *The New York Times Book Review* 16 Dezember 1990: 3.

<sup>824</sup> Ebda., 16.

<sup>825</sup> Ebda.

<sup>826</sup> Berry, 6.

<sup>827</sup> Ebda.

<sup>828</sup> Kennedy, 426.

zu einem landesweiten Boykott von Knopf- und Vintage-Verlagsprodukten auf:<sup>829</sup> “We are not telling them not to publish, instead [...] members are asked to exercise their right to free expression by refusing to buy the novel so the publisher will learn violence against women in any form is no longer socially acceptable.”<sup>830</sup> Bruce verurteilt den Roman – ohne ihn selbst gelesen zu haben – als “the most misogynistic communication we’ve ever come across”<sup>831</sup> und bezeichnet *American Psycho* als eine Art Selbsthilfebuch für das Quälen und Zerstückeln von Frauen.<sup>832</sup> Bruce geht sogar so weit, eine lokale Hotline einzurichten, auf der sie Anrufenden die expliziten Passagen vorliest; laut Bruce würde der Roman zweifellos zu mehr Gewalt gegen Frauen führen.<sup>833</sup> Bret Easton Ellis ist von dem Aufruhr völlig überrumpelt und fühlt sich missverstanden:

When I was writing this book, the last thing that occurred to me was women would be protesting it. I thought maybe serial killers would protest the book, [...] what’s so offensive to me about NOW and about Tammy Bruce, who I think is getting on this little bandwagon for her own publicity reasons, is that there’s this sense, unspoken – well actually not unspoken – [...] that for some reason Bret Easton Ellis thinks that not only is this a good thing that Patrick Bateman is doing but he advocates it.<sup>834</sup>

Feministinnen wie Gloria Steinem, Kate Millet und weitere schließen sich öffentlich dem Boykott-Aufruf der NOW an: In der Larry-King-Show verlangt Steinem sogar öffentlich, dass Ellis Verantwortung übernehmen solle, wenn Frauen in derselben Weise gequält und getötet werden wie es in *American Psycho* beschrieben ist. Für Ellis eine unverständliche Argumentation, die am Ziel vorbeischießt:

If for some reason a deranged mind gets hold of this book and reads it and does commit a terrible act of violence against a woman – or a man [...] how does that affect my role as a writer? Do we not express ourselves the way we want because a very small, tiny, minuscule percentage of people might get the wrong idea? [...] then why don’t we start banning *Catcher in the Rye* because Mark Chapman shot John Lennon?<sup>835</sup>

Auch das Kreditkartenunternehmen *American Express* – ein wesentliches Element bei der Charakterisierung von Patrick Batemans Lebenswelt und den 1980er-Jahren – beschwert sich beim Verlag.<sup>836</sup> Die Literaturkritikerin Merle Rubin stellt als Befürworterin der freien Meinungsäußerung, wenn auch “schweren Herzens” und nach vielen Abwägungen zur Veröffentlichung von Ellis’ (politisch unkorrekten) Roman und zum Boykottaufruf durch die NOW den hohen Wert des Rechtes auf freie Meinungsäußerung in den Raum:

But having taken the necessary and I think, inevitable stand on behalf of freedom of expression, it’s hard to work oneself up into a fever of indignation over the rights of untalented authors to be ‘as nasty as they wanna be.’ Nor can one feel all that alarmed about the Bill of Rights, when freedom of expression is threatened by nothing more severe than a proposed boycott.<sup>837</sup>

Nicht alle Medienstimmen befürworten den NOW-Boykott sowie die Hetzjagd auf Ellis – im Gegenteil: Christopher Hitchens in *The Nation* kritisiert die von NOW eingerichtete Hotline scharf, da diese zu einer verfälschenden Sichtweise von “Realität” beitragen würde: “the tape performs a number of interlocking and

---

<sup>829</sup> Edwin McDowell, “NOW Chapter Seeks Boycott of ‘Psycho’ Novel,” *The New York Times* 6 December 1990, late ed.: C17. Ursprünglich hätte der ganze Random-Verlag boykottiert werden sollen. Schließlich wurden “bumperstickers” mit dem Aufdruck “NO KNOPF IN ‘91” gedruckt, die einen Boykott bis zum 31. Dezember 1991 oder so lange bis eine Romanveröffentlichung vereitelt sein würde vorsahen.

<sup>830</sup> Ebda.

<sup>831</sup> Zitiert nach Bruce in Kennedy, 427.

<sup>832</sup> Ebda.

<sup>833</sup> Vgl. Mim Udovitch, “Intentional Phalluses,” *The Village Voice* 25 February 1991: 65 f.

<sup>834</sup> Vgl. Love, 49 f.

<sup>835</sup> Ebda.

<sup>836</sup> Vgl. Love, 46. Die NOW hatte auch eine Liste aller im Roman namentlich erwähnten Unternehmen erstellt, die abgefragt werden konnte.

<sup>837</sup> Merle Rubin, “Ellis in Blunderland,” *The Advocate* 29 January 1991: 78 f.

contradictory functions [...] It makes no sense because it involves a hopeless confusion of categories (fiction/non-fiction)<sup>838</sup>. In diesem Zusammenhang verweist Hitchens auf die zeitgleich stattfindende Werbetour Ronald Reagans für seine Autobiografie *An American Life* – mit einem Vorschuss von 6 Mio. US-Dollar vom Verlag Simon & Schuster. Laut Hitchens müsse es einen Unterschied zwischen der in einer Fiktion dargestellten Gewalt (*American Psycho*) und der verharmlosenden und banalisierenden Stellungnahme des Ex-Präsidenten (Ronald Reagan) zu den Verbrechen der Hitlerschen Endlösung – “We would all lead more wholesome lives if we tried to forget them” – im Rahmen einer Non-Fiktion (Reagans Biografie) geben:<sup>839</sup>

[...] a work of non-fiction that prettifies real-world atrocities is nothing when compared with a work of fiction that depicts imaginary ones. [...] Think about that (Reagan’s) statement, think about Ronald Reagan and Simon & Schuster and their real-world falsifications, and say if you think fiction is the problem. Which deserves the title of ‘Americana’: *An American Life* or *American Psycho*? Try reversing the authors and titles for a start.<sup>840</sup>

Anne Bernays, Bewunderin von Ellis’ Erstlingsroman, versteht zwar Ellis’ Absicht, über Gewalt, Bestialität und Perversion zu schreiben, doch scheiterte der Autor an seiner subjektiven Darstellungsweise des emotionalen Chaos. Sie kritisiert den NOW-Boycott jedoch als fundamentalistische Auslegung einer *Political Correctness (PC)*-Debatte:<sup>841</sup>

Political Maneuver is disheartening for the future of literature as censorship, except for the fact that good novelists probably won’t pay the slightest attention to it, and the only folks who will suffer its consequences are graduate students in English. [...] This book has been denounced more publicly than anything since Salman Rushdie ticked off the Ayatollah Ruhollah Khomeini, most notably by women who object to its ‘hero’, Patrick Bateman, who dismembers – and sometimes eats the stewed flesh of – women. The denouncers – most of whom have never read a single page of the work in question – have advocated a boycott of the book. They misjudge it. For one thing Bateman murders men and children as well as women. He doesn’t much care whom he slaughters so long as it’s a long, drawn-out procedure and produces enough blood and gore. But, more important, women who demand that novelists to the P.C. line-of-the-moment are no different from religious fundamentalists; they want every fictional male who roughs up women to have his ears cut off. This isn’t the way the world works; sometimes the Ted Bundys are executed and sometimes they don’t even get caught. It’s not our job either to sermonize or to the justice’s strings into a neat bow.<sup>842</sup>

Mim Udovitch verurteilt das NOW-Statement gar als “pure lucid syllogism”<sup>843</sup>: Sowohl die Hauptprämisse, dass für sexuelle Gewalt ein Handbuch benötigt würde, als auch die Nebenprämisse, dass *American Psycho* so ein Handbuch darstelle, sowie die Schlussfolgerung, dass mit der Veröffentlichung von *American Psycho* reale Gewaltakte gegen Frauen nicht nur widerspiegelt, sondern auch gefördert würden, seien nachweislich falsch.<sup>844</sup> Auch wenn Udovitch Ellis’ literarisches Talent in seiner kritischen Auseinandersetzung mit der amerikanischen Gesellschaft vermisst, wertet die Journalistin jedoch die Tatsache, dass sich dieser mit ihr auseinandergesetzt habe, als positiv:

Ellis is postulating a sexually repressive, ethnically oppressive American Psychosis, conveyed above by virulent misogyny, and conveyed elsewhere by high-fiving, alcoholic homophobia of the many male-bonding

<sup>838</sup> Christopher Hitchens, “Minority Report,” *The Nation* 7/14 January 1991: 7.

<sup>839</sup> Ebda.

<sup>840</sup> Ebda.

<sup>841</sup> Anne Bernays, “I Don’t Want to Read a Novel Passed by a Board of Good Taste,” *The Chronicle of Higher Education* 6 March 1991: B1. Siehe auch Ariane Manskes Auseinandersetzung mit *PC* in *Political Correctness und Normalität* zehn Jahre später.

<sup>842</sup> Bernays, B1.

<sup>843</sup> Udovitch, 65 f.

<sup>844</sup> Vgl. ebda.

passages. [...] This is a good old-fashioned Beckettesque anti-novel, with all the attendant no-frills-flat characters, monotonously detailed surface description, no plot to speak of, and endless repetitions. And if the absence of god had wanted Ellis to have round characters, the absence of god would have given them personalities. [...] Its high-blown aims aside, the book is unbearably bad, more to be pitied than censored, but it is also a far more serious (less compelling) text than the critical focus on blood and guts gives it credit for. [...] Unlike Ellis's previous work, it seeks to explode rather than perpetuate the myth of isolationist privilege [...] The compulsive, lustvoll descriptions of designer wares are *American Psycho's* real pornography, in the value-laden sense of the word.<sup>845</sup>

Die Vorveröffentlichung ist von einer nicht enden wollenden Artikelflut in den führenden nationalen und regionalen Zeitungen und Zeitschriften, in verschiedenen Fachblättern zum Bibliotheks- und Verlagswesen sowie zur Literatur geprägt: Es geht um politische Korrektheit, korrupte Marketingmethoden und um Pornografie, deren Moraldebatte seit Mitte der 1980er-Jahre mit *American Psycho* neuen Zündstoff bekommen sollte.<sup>846</sup> Ellis selbst veröffentlicht während dieser Zeit einen Kommentar zur amerikanischen Populärkultur mit dem Titel "The Twentysomethings Adrift in a Pop Landscape"<sup>847</sup>. Indem er in dem Essay auf die Desensibilisierung der amerikanischen Gesellschaft hinweist, nimmt er die Notwendigkeit des Extremen in *American Psycho* und seine Intention "to shock . . . in order to bridge the distance"<sup>848</sup> vorweg:

Since contemporary subversiveness is all on the surface popular culture doesn't, it can't, jolt us in ways it did previous generations. We're basically unshockable. And so culture doesn't play the same role in our lives that it did for previous generations: to liberate, break boundaries, show the unshowable.

There has always been a fascination with the shocking and macabre in popular culture, from Mary Shelley's Frankenstein myth to the movie *I was a Teen-Age Werewolf*, but this [twentysomething] generation has been wooed with visions of violence, both fictive and real, since childhood.

If violence in films, literature and in some heavy metal and rap music is so extreme that it verges on the baroque, it may reflect the need to be terrified in a time when the sharpness of horror-film tricks seems blunted by repetition on the nightly news. But this audience isn't horrified by the endless slaughter, which is presented within the context of fantasy (*Robocop*, *Total Recall*, *Die Hard 2*) and the realm of the everyday.<sup>849</sup>

Ruth Conniff – Vertreterin der *Twentysomethings*-Generation – wird Monate später Ellis' Artikel und dabei insbesondere die Existenzberechtigung von *American Psycho* mit einer subjektiven Zustandsanalyse indirekt bestätigen:

Our generation has no values, according to Ellis. Our task is to pick our way through the thicket of images and messages, and select a style and attitude of our own. Politics melt into posture. Madonna is the perfect symbol for Ellis and his nihilistic twentysomethings. . . . Madonna's politics, it turns out, amounts to asserting her right to masturbate on stage – a brilliant metaphor for the vacuous mentality Ellis both embodies and describes.<sup>850</sup>

Nichtsdestoweniger jedoch wehrt sich Conniff gegen Ellis' Abstempelung dieser Mediengeneration als "dupe"-Generation; das hohe Frustrationspotenzial, welches sich durchaus in Aggression und Zynismus äußere, resultiere vielmehr aus der individuellen (politischen) Machtlosigkeit. "We don't trust the appeal to 'universal values.' [...] But we need to establish some common values from which to critique our society and

<sup>845</sup> Ebda.

<sup>846</sup> Vgl. John Leo, "Marketing cynicism and vulgarity," *U.S. News & World Report* 3 December 1990: 23.

<sup>847</sup> Bret Easton Ellis, "The Twentysomethings Adrift in a Pop Landscape," *The New York Times* 2 Dezember 1990: Arts and Leisure section.

<sup>848</sup> Tyrnauer, 125.

<sup>849</sup> Ebda.

<sup>850</sup> Ruth Conniff, "Politics in a Post-Feminist Age," *The Progressive* July 1991: 17.

change it.”<sup>851</sup> Ellis’ Artikel hatte die Diskussion weiter angeheizt: “To some extent, pre-publication criticism pinned itself to the surface quite in the mode in which cultural phenomena were mockingly dealt with in Ellis’s novel”:<sup>852</sup> *American Psycho* selbst wird entweder auf einer moralischen (inhaltlichen) oder/und ästhetischen (formalen) Grundlage verurteilt, wobei dies zumeist aus einer persönlichen Angriffshaltung heraus erfolgt. Jonathan Yardley beispielsweise bezeichnet Ellis’ Roman in der *Washington Post* als “exploitative, sensational trash . . . pure trash, as scummy and mean as anything it depicts: a dirty book by a dirty writer”<sup>853</sup> und belegt damit die sprachliche und inhaltliche Hilflosigkeit der KritikerInnen gegenüber Ellis’ Text. “Not everyone proved to have such a refined sense of humor, and the book was flayed in the press as roundly as Ellis has chosen to flay some of his female characters.”<sup>854</sup> Hauptangriffspunkt der Kritik ist immer wieder die Darstellung von (sexueller) Gewalt in *American Psycho*, die entweder ob ihrer literarischen Aussagekraft oder aus Gründen der politischen Korrektheit als nicht gerechtfertigt verurteilt wird; ein Kritikpunkt, den Ellis nicht teilen kann:

I guess you walk a very thin line when you try to write about a serial killer in a very satirical way, [...] There’s this new sensitivity. You cannot risk offending anyone. [...] But the murder sequences are so over the top, so baroque in their violence, it seems hard to take it in a literal context. And there are dozens more hints that direct the reader toward the realization that for all the book’s surface reality, it is still satirical, semi-comic and – dare I say it? – playful in a way.<sup>855</sup>

Für den jungen Autor ist dieser unreflektierte Medienaufruhr auch insofern unverständlich, als sich in der amerikanischen Gesellschaft bereits seit den 1980er-Jahren – also vor *American Psycho* – Serienmorde und deren mediale Vermittlung immer größerer Beliebtheit erfreuten:

Love: In the book Patrick Bateman has a favorite movie, Brian De Palma’s *Body Double*, which he’s rented thirty-seven times. I’m assuming that you saw it. Were you shocked by its violence?

BEE: Yes, I was shocked. But I wasn’t offended. People like those in the Now Coalition can’t seem to divide the two things: being shocked and being offended. People seem to think that shock equals outrage – that if something shocks you, then you should be outraged by it. Being shocked by cultural, what’s the word, artifacts? – movies, poems, songs, photography – more often than not can be a healthy, liberating experience. . . . I am not saying that reading my book is going to be a healthy, liberating experience for anyone. That’s for the reader to decide. I’m saying that within our culture that when you are presented with material like that, more often than not, it widens your perceptions.<sup>856</sup>

Eine der wenigen VerteidigerInnen von Ellis, Nora Rawlinson vom *Library Journal*, warnt vor einem schnellen Vorurteil: Der Roman sei sorgfältig konstruiert und lasse bewusst keine Erklärung der Motive eines Serienmörders zu, was eben auch impliziere, dass es keinen Schutz vor willkürlicher und sinnloser Kriminalität gebe: “This book is not pleasure reading, but neither is it pornography. It is a serious novel that comments on a society that has become inured to suffering”<sup>857</sup>. Nur wenige Wochen später greift Rawlinson erneut in die Kontroverse ein und verweist auf die Wichtigkeit des Textes in einer Auseinandersetzung mit seinem gesellschaftspolitischen Kontext: Gerade, weil *American Psycho* Wahres über die zunehmende

<sup>851</sup> Ebda.

<sup>852</sup> Irmer, 349.

<sup>853</sup> Jonathan Yardley, “‘American Psycho’: Essence of Trash,” *Washington Post* 27 February 1991: B1. Vgl. Peter Plagens, “Confessions of a Serial Killer,” *Newsweek* 4 March 1991: 58.

<sup>854</sup> Kennedy, 426.

<sup>855</sup> Ellis in Roger Cohen, “Bret Easton Ellis Answers Critics of ‘American Psycho,’” *The New York Times* 6 March 1991, late ed.: C13. Vgl. auch Ariane Mankses Auseinandersetzung mit der strategischen Verwendung des politischen Schlagworts “Political Correctness” durch Rechtskonservative in den USA zur Diffamierung der Liberalen, präsymptomatisch für die Vorverurteilung von Ellis und seinem Roman *American Psycho*.

<sup>856</sup> Love, 49.

<sup>857</sup> Nora Rawlinson, “American Psycho,” *Library Journal* 15 January 1991: 147.

Amoralität der amerikanischen Gesellschaft ans Tageslicht bringe, dürfe *American Psycho* von der NOW nicht boykottiert und mundtot gemacht werden. Im Gegenteil stelle der Roman von Bret Easton Ellis einen Beitrag in der Sensibilisierung und Öffentlichkeitsdebatte über Zensur dar:

Ellis's book, in its depiction of a money-mad society that destroys any sense of morality, documents some aspects of this war at home. Just as we need information on the war in the Persian Gulf, we need information on this other war. If we allow censorship of the bad news from the war at home or the war in the Gulf, we won't have the knowledge to search for solutions. The very fact that NOW is using *American Psycho* as a way to bring attention to its efforts to combat violence against women helps to make that point.<sup>858</sup>

Enttäuscht über die allgemeine Verkennung der Verbindung von schwarzem, perversem Humor und Gewalt – unter anderem manifest am immensen Detail – beginnt Ellis sich zurückzuziehen. “People scapegoated the violence, but that wasn't his [Ellis's] sin. He made a connection between the language of fashion writing and serial murder.”<sup>859</sup> Die öffentliche Empörung gipfelt schlussendlich in anonymen Morddrohungen gegen Ellis:

Incredibly graphic. . . . I was going to be raped with a nail-studded baseball bat. It was worse than a lot of the stuff in *American Psycho*.<sup>860</sup>

. . . Including several [death threats] with photographs of him in which his eyes have been poked out or an axe drawn through his face.<sup>861</sup>

Artists today [...] everyone is so careful, you rarely read anything or see anything that really kind of drives you crazy, makes you mad, gets you excited. I mean it's all so gentle; it's so polite. [...] I think people should be sending death threats to Amy Tan and Terry McMillan.<sup>862</sup>

Bret Easton Ellis sagt – was für einen Bestsellerautor sehr ungewöhnlich ist – seine US-Werbetour ab, und Vintage bereitet die Veröffentlichung des Romans ohne begleitende Werbemaßnahmen vor. Den auf ihn ausgeübten Druck vonseiten des Verlagshauses kann Ellis im Nachhinein relativieren. Vielmehr quälte ihn die Tatsache, als Schriftsteller seinen Roman und sein Handlungsmotiv verteidigen zu müssen:

Actually, most people in publishing have been very supportive whether they've liked the book or not, so it has not been that rough a time. The worst aspect of this whole fiasco is that it puts the writer – it puts me – in the position of having to defend my work. A writer should never have to do that. I would never ask a writer or a songwriter or a poet why they wrote something. When people ask, 'Why did you write this?' it automatically connotes a negative; that you've done something wrong or that you've been a bad boy. That's what has upset me the most.<sup>863</sup>

*American Psycho* erscheint unzensuriert am 15. März 1991 auf dem amerikanischen Buchmarkt. Zuvor jedoch waren einige durch die Veröffentlichungskontroverse provozierte Vorsichtsmaßnahmen getroffen worden: Die Buchhändler waren begleitend zum Roman von der *American Booksellers Foundation for Free Expression* mit einem Informationspaket, unter anderem mit einem Fragen- und Antwortenkatalog zu den verschiedenen Verlagsreaktionen, einem so genannten *how to*-Leitfaden ausgestattet worden.<sup>864</sup> Der Buchpreis war auf 6,99 US-Dollar hinaufgesetzt worden, um laut Random House vermeintliche Missetäter von vorneherein abzuschrecken. Weiters wurde *American Psycho* nicht wie ein seriöser Roman in den USA

<sup>858</sup> Nora Rawlinson, "Identifying the Enemy," *Library Journal* 15 February 1991: 114.

<sup>859</sup> Der Regisseur und Autor Michael Tolkin in Tyrnauer, 125.

<sup>860</sup> Ellis im Interview mit Tyrnauer, 94.

<sup>861</sup> Ellis zitiert nach Cohen, C13.

<sup>862</sup> Ellis im Interview mit Tyrnauer, 96.

<sup>863</sup> Love, 49.

<sup>864</sup> "For Booksellers, Questions and Answer About 'American Psycho'," *Publishers Weekly* 15 March 1991: 9.

in einer gebundenen Version (*hardcover*) veröffentlicht, sondern als “a midprice Vintage paperback”<sup>865</sup>. Damit sollte dem Roman von Anfang an ein Platz in einem “literary limbo somewhere between trade and pulp fiction”<sup>866</sup> zugewiesen werden.

## ***American Psycho (AP)***

The indignant attacks on Ellis' third novel will make it difficult for most readers to judge it objectively. Although the book contains horrifying scenes, they must be read in the context of the book as a whole; the horror does not lie in the novel itself, but in the society it reflects.<sup>867</sup>

Was in der – für das damalige Kulturklima entsprechenden – schneeballartigen Medienreaktion im Vorfeld der Buchveröffentlichung gefehlt hatte, war eine fundierte, eigenständige und sachliche Auseinandersetzung mit Ellis' Roman. Diese sollte, obwohl viele Zeitungen und Zeitschriften Rezensionen von *American Psycho* anboten, auch nach Veröffentlichung des “ganzen” Textes in Buchform ausbleiben. Der Roman war zwar nicht zensuriert, aber sowohl in den USA als auch in Großbritannien vorverurteilt worden. Und so ging es in den Buchrezensionen vielmehr um die Stigmatisierung des Romans als “violent pornography”<sup>868</sup> und um die Darstellung von (sexueller) Gewalt in der Kunst: Die Feministin Naomi Wolf etwa wirft in ihrer Auseinandersetzung mit *American Psycho* dem Autor Ellis vor, “a piece of pornographic writing” geschaffen zu haben, in dem er typische männliche Mainstream-Klischees benutzt habe. Für Wolf jedoch stellt weder die Obszönität noch sexuelle Eindeutigkeit oder Gewalt im Roman ein Problem dar, sondern dessen kurzzeitige (körperliche und geistige) Vereinnahmung der Leserinnen und Leser darin:

The problem with what Ellis has done can be understood only through [Andrea] Dworkin's and Catherine MacKinnon's interpretation of violent pornography: that it is a violation not of obscenity standards, but of women's civil rights, insofar as it results in conditioning male sexual response to female suffering or degradation. Under that definition alone can we understand what is so troubling about his six or seven notorious scenes. Ellis consistently and skillfully pairs scenes that are often (to his reader) very arousing, with scenes of carnage that follow as a consequence of that eroticism. The transition is so swift that the violence enters the reader while she is in a state of heightened erotic receptiveness; there has been a powerful moment of conditioning. That is the one authentic reason that Ellis has been – and should be, only with greater consciousness – held accountable for having done other than merely written a story; he has committed an act. [...] the latter has a moral dimension, with real-life consequences.<sup>869</sup>

Wolfs Kritik ist berechtigt und bestätigt Ellis' Vermögen, reale Populärkulturtexte in ihrer “Brutalität” zu transkribieren – von der sprachlichen auf eine körperliche Ebene zu “übersetzen”, auf diese Weise (bis zum Erbrechen) erfahrbar zu machen und durch die Identifikationsstrategie auf die LeserInnen zurückzuwerfen; das heißt, im Zeitalter des Hyperkonsumismus radikal subversiv zu wirken. Im Vergleich mit verschiedenen literarischen Werken von Virgil, Dante, Marquis de Sade, Poe und Kafka, in denen Horror zur Illustration philosophischer oder ästhetischer Ideen diente, vermisst Alberto Manguel bei *American Psycho* – “a novel of pornographic horror” – wiederum eine solche Funktion des Horrors: “These frameworks [...] are absent

---

<sup>865</sup> Robert Zaller, “'American Psycho', American Censorship, and the Dahmer Case,” *Revue Française D'Etudes Americaines* July 1993: 318.

<sup>866</sup> Ebda.

<sup>867</sup> Vgl. Rawlinson, “American Psycho,” 147.

<sup>868</sup> Vgl. Naomi Wolf, “The Animal Speaks,” *New Statesman & Society* 12 April 1991: 34.

<sup>869</sup> Ebda.

from Ellis's book. [...] It is we, the readers, who, I believe, have the final responsibility. The most astounding aspect of language is its versatility: it can be babble [...] revelation and exalt us, or it can be pornography and immure us".<sup>870</sup> Marilyn Gardner missbilligt in *American Psycho* Ellis' Interpretation von Gewalt in der Kunst: "In a violent culture writers and dramatists will continue to test that 'need', pushing the limits of terror and insisting that art simply imitates life. But at what point does life also imitate art?"<sup>871</sup> Für Ellis sind diese Medienreaktionen, wobei die hier zitierten nur ein kleiner Teil davon sind, auch nach Erscheinen seines Romans frustrierend: "Most of them haven't read it and those who have, I think, have missed it in a big way."<sup>872</sup>

Ellis' literarische Glaubwürdigkeit war bereits zeitgleich mit der Veröffentlichung von *American Psycho* durch Norman Mailer, Freidenker und selbst ernanntes *enfant terrible* der 1960er-Jahre, ob der fehlenden Charaktereinsicht minimiert worden. In einem ausführlichen Essay setzt sich Mailer mit seinen "Reise"-Erfahrungen durch die Welt von *American Psycho* auseinander und würdigt zunächst Ellis' Absicht, sich mit den moralischen wie politischen Abgründen der 1980er-Jahre auseinanderzusetzen; allerdings, so notiert Mailer, fehle es dem Autor am literarischen Handwerkszeug.<sup>873</sup> Er bezeichnet Ellis' Roman als "boring" und "intolerable", nichtsdestoweniger aber als obsessiv: "these are the worst and dullest characters a talented author has put before us in a long time, but we cannot get around to quitting. The work is obsessive."<sup>874</sup> Anhand von Ellis' offensichtlicher Intention "zu schockieren" stellt sich Mailer weiter die Frage "Is It Art?" Mailers Frage bleibt im Essay lange Zeit ungeklärt. Der Roman sei weder schlecht noch gut. Mit den Morden jedoch beginnt Mailer das moralische Rahmenwerk des Romans zu suchen und vermutet schlussendlich ironisch, dass in der in *American Psycho* porträtierten Welt ohne Glauben und Visionen vielleicht noch die Kunst – "art" – das letzte Bindeglied zur "Wahrheit" biete:

So art may be needed now to provide us with just those fearful insights that the uneasy complacencies of our leaders do their best to avoid. It is art that has to take the leap into all the truths that our media society is insulated against. [...] Art serves us best [...] when we now know more than we knew before, when we feel we have [...] encountered the truth.<sup>875</sup>

Mailers Suche nach Einsicht in die Motive des porträtierten Protagonisten, eines Yuppie-Serienmörders, und nach der Logik der Gewalt ist vergeblich: Aus der Perspektive eines Serienmörders erzählt, folgt der Roman einer anderen Intention, und zwar der des Einbezugs seiner Leserinnen und Leser und ihrer Konfrontation mit dem eigenen Voyeurismus, dem passiven, alltäglichen Konsum von Gewalt. Mailer verteidigt zwar Ellis' Wagemut – "he has forced us to look at intolerable material, and so few novels try for that much anymore",<sup>876</sup> sein Urteil über *American Psycho* ist dennoch vernichtend:

The failure of this book, which promises to rise occasionally to the level of the very good (when desperately it needs to be great), is that by the end we know no more about Bateman's need to dismember others than we know about the inner workings in the mind of a wooden-faced actor who swings a broadax in an exploitation film [...] So, the first novel to come along in years that takes on deep and Dostoyevskian themes is written by only a half-competent and narcissistic young pen.<sup>877</sup>

---

<sup>870</sup> Vgl. Alberto Manguel, "Designer Porn," *Saturday Night* July–August 1991: 49.

<sup>871</sup> Marilyn Gardner, "Monsters and Their Keepers," *The Christian Science Monitor* 19 March 1991: 13.

<sup>872</sup> Love, 49.

<sup>873</sup> Norman Mailer, "Children of the Pied Piper," *Vanity Fair* March 1991: 220.

<sup>874</sup> Ebda.

<sup>875</sup> Ebda.

<sup>876</sup> Ebda., 221.

<sup>877</sup> Ebda.



Mailers Verweis auf Fjodor Dostojewskji, der in *Aufzeichnungen aus einem Kellerloch* das nachvollziehbare Psychogramm eines fiktiven Mörders liefert, findet sich als Epiphanie am Romanbeginn von *American Psycho* wieder – sozusagen als fragmentarischer Verweis auf einen (post-)modernen Antihelden, dessen Existenz als Konsument die absolute Selbstentfremdung im Hyperkonsumismus belegt. Ellis' Protagonist hat keine innerliche (freie) Motivation mehr, sondern konsumiert (zwanghaft), um zu existieren. Dass *American Psycho* Hannah Arendts These von der "Banalität des Bösen" wieder stärken würde, ist jedoch Mailers größte Befürchtung: "[The] great horror, the real intellectual damage this novel may cause is that it will reinforce Hannah Arendt's thesis on the banality of evil. It is the banality of Patrick Bateman that creates his hold over the reader and gives this ugly work its force . . . So I cannot forgive Bret Easton Ellis."<sup>878</sup> Mailer scheint Ellis' radikale Gleichsetzung von Inhalt und Form zur Transkription der Banalität in *American Psycho* – Gegenstand von Ellis' Satire und Sinnbild für die tagtäglich gesellschaftspolitisch stattfindende und tradierte Gewalt in der Dekade des Hyperkonsumismus – misszuverstehen. Die Banalität als Grundübel des Hyperkonsumismus bleibt für Mailer de-kontextualisiert, obwohl es gerade die Unterwerfung unter das Konsumdiktat ist, welche jegliche Grundwerte im Menschen zerstört: "These characters can identify each other's Armani suspenders at 500 paces, but are constantly confusing one another's names, Ellis's hamfisted way of letting the reader know that psycho killers don't kill people; capitalist excesses kill people . . ." <sup>879</sup> – so Mim Udovitch auf Mailers Artikel. Die Auseinandersetzung Mailers mit Ellis' Werk ist lückenhaft. Mailer erkennt weder Ellis' Stilmittel – Zitate aus der Populärkultur wie Querverweise auf seine früheren Romane – noch ist er "genau" bei der Aufzählung der beschriebenen Morde, die er zwischen 20–30 beziffert. In dem 399 Seiten langen Roman finden sich laut Udovitch jedoch nur 10 Passagen, die explizit Folter oder Mord beschreiben; dann gibt es noch zwei weitere visualisierte und gewaltfreie Sexszenen sowie bruchstückhafte und oberflächliche Hinweise auf weitere mögliche Blutbäder; das sei, so Udovitch, unbedeutend im Vergleich zur Relevanz der Gewalt, die dem Roman während seiner Veröffentlichungskontroverse zugeteilt wurde.<sup>880</sup>

*American Psycho* is saying that the eighties were spiritually disgusting and the author's presentation is the crystallization of such horror. [...] Since we are going to have a monstrous book with a monstrous thesis, the author must rise to the occasion by having a murderer with enough inner life for us to apprehend him.<sup>881</sup>

Mailers Essay ist immer wieder gern zitiertes Vorbild für Rezensionen über *American Psycho*. So stellt die englische Schriftstellerin und Feministin Fay Weldon in ihrer Romanbesprechung durchaus zutreffend fest, dass ein Psychogramm des Charakters Patrick Bateman allein in seiner (US-amerikanischen-patriarchalischen) Kultur festzumachen sei:<sup>882</sup>

Bateman's psychopathology is cultural, not personal, as Ellis makes unsubtly plain by equipping affinity for the legends of Ed Gein, John Wayne Gacy, Ted Bundy, The Toolbox Murders, The Texas Chainsaw Massacre, the power drill scene from *Body Double*, and Donald Trump, rather than the internal motivations of rage, anguish, conflict, and despair.<sup>883</sup>

Im Interview mit Robert Love meint Bret Easton Ellis, als er zu Norman Mailers Aussagen befragt wird, dass Mailer in einigen Punkten durchaus Recht habe; Mailers Hauptvorwurf der fehlenden Charaktereinsicht bei Patrick Bateman sei für ihn jedoch eine klare Entscheidung gewesen:

---

<sup>878</sup> Ebda.  
<sup>879</sup> Udovitch, 66.  
<sup>880</sup> Ebda.  
<sup>881</sup> Mailer, 159.  
<sup>882</sup> Vgl. Fay Weldon, "Now You're Squeamish?" *Washington Post* 28 April 1991: C1.  
<sup>883</sup> Udovitch, 66.

[...] I don't think you can explain someone like Patrick Bateman – at least not within the context of a novel where the character is talking to you, narrating to you – without cheating. I didn't want [...] Bateman to literally verbalize: 'I was mistreated by my parents when I was younger, and that is why . . . I do this.' Maybe an unspoken explanation is what Mailer was looking for. Again what you have here are two writers disagreeing on their takes on a novel. To me there is no reasoning. To me this creature just exists . . . I agree with a lot of what Mailer wrote. I think it is, in many ways, an unendurable book. A lot of it is probably intolerable. It's violent. It's boring. I think some of it is sick. But I also think, to me, it accurately reflects my take on that scene and that time.<sup>884</sup>

Das Fehlen einer auktorialen Autorität zur klaren Verurteilung des Porträts sowie eines allgemeingültigen moralischen Rahmens – als Maßstäbe für die Bewertung des künstlerischen Wertes von *American Psycho* – wird nun offen kritisiert, so etwa von Christopher Lehmann-Haupt in der *New York Times*<sup>885</sup> oder von Terry Teachout in der rechtskonservativen *National Review*<sup>886</sup>. Laut Teachout werde im Vergleich mit anderen Serienmördertexten in Literatur und Film in *American Psycho* kein (offensichtlicher) Unterschied zwischen Gut und Böse gemacht; Teachout führt diese "gefährliche Strategie" der (moralisch unverträglichen) Fehldarstellung auf den in Mode gekommenen akademischen Nihilismus namens "Dekonstruktion" zurück.<sup>887</sup>

Every bad thing you've read is an understatement. It's ineptly written. It's sophomoric. It is, in the truest sense of the word, obscene. And the main charge of the feminists is right on the mark [...] there is no moment in *American Psycho* where Bret Easton Ellis, who claims to be a serious artist, exhibits the workings of an adult moral imagination. It is as if he knows nothing of good and evil.<sup>888</sup>

Mit dem Erscheinen der "endgültigen" Textfassung stellen jedoch auch einige der KritikerInnen fest, dass die NOW völlig überreagiert hatte und der Roman einen durchaus legitimen Beitrag zur Sensibilisierung gegen Gewalt in der amerikanischen Gesellschaft darstellt. Für viele der KritikerInnen bestätigt sich die Vermutung, dass das ganze Medieninteresse pure Selbstinszenierung "to attract media froth"<sup>889</sup> und ein geplantes Marketingkalkül gewesen sei.<sup>890</sup> Nur sehr wenige kritische Stimmen vermögen *American Psycho* im Kontext der 1980er-Jahre zu sehen und Ellis' subversive Art und Weise, Zeit- und damit Gesellschaftskritik zu üben, auch positiv zu beurteilen und dabei auch Grundlagen einer differenzierten Auseinandersetzung zu schaffen wie etwa Henry Bean von der *Los Angeles Times Book Review*. So hebt Bean *American Psycho* als einsichtsvollen Kommentar über die US-amerikanische Gesellschaft hervor, dem es sogar noch an Radikalität fehle:

What's rarely said in all the furor over this novel is that it's a satire, a hilarious, repulsive, boring, seductive, deadpan satire of what we now call – as if it were something in the past – the Age of Reagan. What Ellis fully understands is the politics of social irresponsibility that electoral strategy initiated by Richard Nixon but which has reached full flower in the Reagan-Bush Years. *American Psycho* tells of the greed and soullessness to which we have all yielded in our way and that leads inexorably to gratuitous murder, to murder as our final expression of disgust and plea for judgment. [...] Bateman commits these acts with relish, but it is a

---

<sup>884</sup> Love, 51.

<sup>885</sup> Christopher Lehmann-Haupt, "'Psycho': Whither Death without Life?" *The New York Times* 11 March 1991: C18.

<sup>886</sup> Terry Teachout, "Applied Deconstruction," *National Review* 24 June 1991: 45–46.

<sup>887</sup> Ebda.

<sup>888</sup> Ebda., 45.

<sup>889</sup> Elizabeth J. Young, "Psycho killers. Last Lines: How to Shock the English." *New Statesman & Society* 5 April 1991: 24. Young sollte es ein Jahr später in der Erstausgabe ihrer Essaysammlung *Shopping in Space* (London: Serpent's Tail) gelingen, den Medien-Eklat um *American Psycho* als subversiven Tabubruch innerhalb der US-amerikanischen Mainstream-Literatur zu beweisen und als eine der ersten LiteraturkritikerInnen Ellis' Werk in seiner Komplexität zu analysieren und Ellis' als ernstzunehmenden Autor zu beschreiben.

<sup>890</sup> Ebda.

mechanical obedience to a compulsion. They bring him no more joy than the rest of his miserable life. He is not a creature of Sade, Lautreamont or Genet, someone whose crimes are a revolt against a repressive order, a thrust toward freedom. Bateman's freedom is his curse; he can do anything, therefore life is meaningless. Behind his crimes is the attempt to call down on himself the curse of a God he fears has ceased to exist. But, of course, the project is futile. He sins and no one cares. It almost seems that no one knows. [*American Psycho* is] a prose that is pure exchange value [...] The novel subtly and relentlessly undercuts its own authority, and because Bateman [...] does not hint at a 'truth' beyond his own delusions *American Psycho* becomes a wonderfully unstable account. Ellis makes this uncertainty into a philosophical condition [...] a brilliant way to describe the social and historical moment.<sup>891</sup>

Auch wenn ihm – so der britische Kritiker John Walsh – *American Psycho* als Lektüreempfehlung nicht leicht gefallen sei, anerkenne er dessen kulturellen Wert als “savagely coherent picture of a society lethally addicted to blandness, [that] should be judged by the highest standards”<sup>892</sup>. Walshs Landsfrau Fay Weldon wiederum hatte sich mit den in *American Psycho* verkörperten Werten auseinandergesetzt und beurteilt Ellis' Roman als gerechtfertigte und literarisch wertvolle Anklage gegen die gegenwärtige amerikanische Kultur. Weldon meint durchaus zutreffend – Patrick Bateman verkörpere die Gier und Unmenschlichkeit der amerikanischen Upperclass, während seine Opfer die stimmlosen und benachteiligten Gesellschaftsgruppen Amerikas seien:

This man Bret Easton Ellis is a very, very good writer. He gets us to a 'T'. And we can't stand it. It's our problem, not his. *American Psycho* is a beautifully controlled, careful, important novel that revolves about its own nasty bits. Brilliant. [...] I'll tell you why. It's because there's always been someone in the other books to play lip service to respectability; to the myth that the world we now live in is still capable of affect. The serial killer gets discovered, punished, stopped. There are people around to throw up their hands in horror, who can still distinguish between what is psychotic and what is not. Justice is done. There is remorse. Not in *American Psycho*. And we hate him for saying it.<sup>893</sup>

Als Weldon ihren Leserinnen und Lesern jedoch von einer Lektüre des Romans mit den Worten “Look, I don't want you to actually read Bret Easton Ellis's book. I did it for you.”<sup>894</sup> abrät, lassen sich Ähnlichkeiten mit der politisch korrekten Tammy Bruce feststellen. Im Porträt des Patrick Bateman wiederum erkennt Pico Iyer Ellis' “disgust for such [male] attitudes”<sup>895</sup>: Nach Iyer sei die Darstellung von (sexueller) Gewalt in *American Psycho* nicht unbedingt als frauenfeindlicher Affront zu betrachten, sondern impliziere durchaus auch den Mann als Täter. Auch Joan Didion, die ihren 1992 erschienenen Roman *After Henry* Bret Easton Ellis widmete, reiht sich mit ihrem Urteil in den Chorus der VerteidigerInnen von *American Psycho* ein:

Die Wut, mit der man auf *American Psycho* reagiert hat, war eine direkte Reaktion auf die Seriosität dieses Romans: Dieses Buch ist ein verwegenes, höchst anspruchvolles Werk eines glänzenden jungen Autors, der sich weigert, die Spielregeln einzuhalten.<sup>896</sup>

Nach und nach beginnt die monatelang andauernde Artikelflut zu verebben, und mit einigem Abstand zur Veröffentlichung – im Sommer 1991 – erscheinen zwei Artikel, die sich etwas entspannter mit dem Roman und dessen *Political Correctness* und kritischer mit dem Medienaufruhr um *American Psycho* beschäftigten: Will Manley beschreibt aus der Sicht eines Bibliothekars, wie sehr die Vorverurteilung von *AP* Berührungssängste in ihm bewirkt, aber auch Erwartungen bzw. Vorstellungen geweckt hätte. Nach der

<sup>891</sup> Henry Bean, “Slayground,” *Los Angeles Times Book Review* 17 March 1991: 1.

<sup>892</sup> John Walsh, 5.

<sup>893</sup> Weldon, C4.

<sup>894</sup> Ebda.

<sup>895</sup> Pico Iyer, “Are Men Really So Bad?” *Time* 22 April 1991: 94.

<sup>896</sup> Joan Didion in Steur, 27 f.

Lektüre des Romans habe sich allerdings das negative Vorurteil in ein positives Urteil gewandelt: Die sprachlich visualisierte Gewalt bewirke nicht eine Desensibilisierung, sondern im Gegenteil eine Sensibilisierung der LeserInnen für die Gewalt in der amerikanischen Gesellschaft und sei dabei durchaus politisch korrekt aufgebaut: “Bateman does not single out women. He’s what you’d call an affirmative action, equal-opportunity mass murderer.”<sup>897</sup> Die Kritikerin Carol Iannone liefert mit ihrem Essay “PC and the Ellis Affair”<sup>898</sup> eine erste kulturelle Auseinandersetzung mit *American Psycho* als Spiegelbild des Reaganschen Amerikas. Durch das porträtierte, in den 1980er-Jahren hoch gejubelte Yuppietum sei der Roman selbst “quite PC”, die Karikierung desselben durch den Yuppie-Serienmörderprotagonisten Patrick Bateman sei “clearly meant to embody Reaganite America gone amok.”<sup>899</sup> Als Karikatur des Reaganschen Amerika fördere der Roman durchaus interessante Wahrheiten zutage, sei aber selbst für sie, Iannone, – ob des fehlenden moralischen “backdrop” – ein Vorzeichen eines weitaus tieferen kulturellen Holocausts: Mit dem Fehlen jeglicher Werte, traditioneller Strukturen und Wahrheiten in *American Psycho* habe Ellis nicht nur einen grundsätzlichen kulturellen Zusammenbruch porträtiert, sondern mit *American Psycho* einen solchen auch selbst manifestiert. Iannone:

As such it [*American Psycho*] inadvertently forces a number of politically incorrect truths on our attention. That civilization does not cause barbarism, does not mean the flowering of the individual but the rise of savagery; that when we deny the moral law, people will just go farther to hit bottom, to feel, if only negatively, the boundaries of their humanity ... As for Ellis himself, he is getting ... a boundary, a barrier, a point at which people will fight back. But alas for all of us that it has had to go so far.<sup>900</sup>

Aber auch die wenigen positiven Stimmen lösten keine (unvoreingenommene) literarisch-kulturwissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem umstrittenen Text aus; im Gegenteil, alle Rezensionen belegten (neben der politischen Voreingenommenheit) eine gewisse Hilflosigkeit der KritikerInnen im Umgang mit dieser Form von zeitgenössischer Literatur. Erst die englische Literaturkritikerin Elizabeth Young sollte 1992 in einer literatur- und kulturwissenschaftlichen Auseinandersetzung den Weg für eine wissenschaftliche Untersuchung von *American Psycho* als Werk ebnen. Sie tat dies, indem sie den diffamierten Text mit ähnlichen bzw. noch “obszöneren” Gegenwartstexten verglich. Gegenstand ihrer Untersuchung waren Texte aus der so genannten Untergrund-Literatur bzw. bestimmten Genres zugehörige Texte, welche weder einen Eklat bewirkt hatten noch auf breites Interesse gestoßen waren. Nach Young habe Ellis mit *American Psycho* einen Text geschrieben, der wegen seiner Subversivität durchaus in die Werkreihe von Untergrund-Autoren und Autorinnen wie Dennis Cooper, Juan Goytisolo, Richard Price und Kathy Acker gehören könnte.<sup>901</sup> Diese SchriftstellerInnen jedoch würden aufgrund ihres Vermögens, zeitkritisch zu sein und zugleich destabilisierend zu wirken, vom dominierenden “literary establishment” durch “exclusion, censorship, prosecution or ghettoization”<sup>902</sup> für die breite Masse allgemein mundtot gemacht.<sup>903</sup> Subversive SchriftstellerInnen seien somit verurteilt, in bestimmten Genres zu arbeiten und zu publizieren: Science Fiction, Horror, Fantasy, Krimi, *true-crime* und Comics. Jahre später sollte sich in einem Interview mit Bret Easton Ellis die Einschätzung der Literaturkritikerin als richtig erweisen: In dem Interview wies Ellis auf SchriftstellerInnen mit weitaus “brutaleren” Romanen hin und führte den Unterschied zwischen seiner

---

<sup>897</sup> Manley, 62.

<sup>898</sup> Vgl. Carol Iannone, “PC & the Ellis Affair,” *Commentary* July 1991: 52 ff.

<sup>899</sup> Ebda., 52.

<sup>900</sup> Ebda., 54.

<sup>901</sup> Young in *Shopping in Space*, 89 ff. Vgl. auch James Gardner, “Transgressive Fiction,” *National Review* 17 June 1996: 54 ff.

<sup>902</sup> Young in *Shopping in Space*, 91.

<sup>903</sup> Ebda.

Verurteilung und deren Nichtverurteilung eben auf den Unterschied der Ghettoisierung von *genre fiction* und *literary fiction* zurück:

I think there's other stuff. I can name five or six writers whose work I think is incredibly more violent than mine, and much more . . . The body count is much higher. I can think of Poppy Z. Brite, who is ironically published by Simon & Schuster. I mean, who would have thought? I think her stuff is so much more gory and horrific than *American Psycho*. Dennis Cooper writes really graphic novels. But you know what? I mentioned Dennis Cooper, and I mentioned Poppy Z. Brite. Poppy Z. Brite is writing horror fiction; Dennis Cooper is gay and writes about homosexual men doing things to homosexual men, so it's kind of ghettoized in that way. A.M. Homes writes *The End of Alice*, which is a really horrific, gory book, but because she's a woman and there's an obvious feminist underpinning to it, she gets away with it. James Ellroy writes incredibly gory novels, but it's written in the confines of genre fiction, so he gets away with it. I think the problem with *American Psycho* for many people is that it's not genre fiction. It's 'literary' fiction, and it enters into a realm that literary fiction generally doesn't. There are aspects to it that are pulpier and more in the confines of horror fiction, comic books, slasher movies — elements that were brought into literary fiction that I think a lot of the higher echelon of the literary/critical establishment have just refused to accept as being suitable for that kind of book.<sup>904</sup>

In der symbolischen Kombination seines Protagonisten Patrick Bateman als Yuppie und als (unverurteilter) Serienmörder (und unter Verwendung realer Populärkulturtexte) gelang es Ellis, die Desensibilisierung im Hyperkonsumismus radikal darzustellen und – wie auch Irmer bestätigt – den Nerv der Zeit zu treffen:

Ellis took up the serial killer phenomenon as a problem of the 1980s to combine it with the social context of greedy economic excess of this decade. Bateman is a broker on Wall Street, and Wall Street's killing of companies is supposed to be linked with Bateman's killing of individuals.<sup>905</sup>

Nach Young seien sowohl der Medien-Eklat als auch die Reaktion des "dominant literary establishment" auf Ellis' Bruch mit einem "unausgesprochenen" Vertrag zwischen ihm und der Verlagsszene für Mainstream-Literatur zurückzuführen. Dieser Vertrag, keine Tabus zu brechen und auch nicht grenzüberschreitend zu wirken, sei mit Ellis' Aufnahme als Bestseller- und Kultautor von *Less Than Zero* in die Riege der Mainstream-Literatur sozusagen unausgesprochen abgeschlossen worden:

But it was the combination of overt sexual violence and Ellis's status as a 'serious' novelist – young, relevant, living, mainstream – that determined all the hysteria. What was unusual was that such a provocative book should come from a writer who had already been accepted – indeed, groomed – by the most high-toned, respectable arm of the publishing industry. Some of the depressing reaction to the book may lie in the fact that Ellis had transgressed the unwritten contract, had bitten the hand that fed him, had *gone too far*. If he was going to write such filth, why wasn't he dead, or underground, or in the ghetto? This isn't to say that there wasn't a frisson of plain commercial joy and excitement at a writer who was effortlessly garnering so much publicity and presumably was going to sell so very many books. Ellis was there; he had to be reviewed, he had to be taken seriously or at least appear to be taken seriously. However, the media played their old trick of substituting the image for the actuality and it remains for the street cleaners of literature, the academics, to come along now and try and soothe everyone with a spot of textual analysis.<sup>906</sup>

Youngs Einschätzung bestätigt indirekt auch Pagan Kennedy, die – von Ellis' Leistung zwar wenig beeindruckt – ob des Medienaufruhrs der Frage nachgegangen war, warum der Roman die Gemüter der KritikerInnen so erregt habe. Pagan kommt zum Schluss, dass es die Mitglieder desselben kritischen und

<sup>904</sup> Klein, <https://www.avclub.com/bret-easton-ellis-1798208018>.

<sup>905</sup> Irmer, 352 f.

<sup>906</sup> Young in *Shopping in Space*, 92 f.

literarischen Establishments waren, die Ellis fünf Jahre zuvor als den “new F. Scott Fitzgerald” gefeiert hatten:

By lauding Bret Easton Ellis for *Less Than Zero*, the literary establishment provided the jolt of electricity that brought a Frankenstein monster of a book to life. And just as in the horror flicks, the mob, armed with pitchforks and torches, is chasing down the beast – and its presumed alter ego, Ellis – rather than its true creator.<sup>907</sup>

Entgegen den Erwartungen der meisten KritikerInnen, aber unter anderem beispielgebend für die Mechanismen in einer Mediengesellschaft wurde *American Psycho* zum Bestseller.

Der porträtierte Einblick in das Leben des 26-jährigen Yuppies und Serienmörders Patrick Bateman schockiert zweifelsohne durch die grausamen Taten des Protagonisten. “Vielleicht kann Patrick Bateman [so Horst Steur] als Versuch einer Antwort auf Nietzsches ungeheuerliche Frage angesehen werden: ‘Wie ist der entmenschte Mensch zu denken, wenn der Mensch das entthierete Thier ist?’<sup>908</sup> Die symbolische Zusammenführung dieser zwei kulturellen Extreme der 1980er-Jahre mittels Texten aus der amerikanischen Populärkultur zeigt im Kontext von Ellis’ Romanen eine nur allzu konsequente Darstellung der “Entwicklung” seiner Protagonisten: *American Psycho* porträtiert ein weiteres Lebensstadium seiner Romanfiguren, wobei “kein Zuwachs an Reife”<sup>909</sup> erkennbar ist: Waren es in *LTZ* noch pubertierende Jugendliche in der Highschool, in *TROA* Studierende am College, ist es in *AP* die Erwachsenenwelt. *American Psycho* schockiert durch die fehlende Selbstreflexion des Protagonisten und durch die Apathie der ihm begegnenden Yuppie-Gesellschaft. Letztere ist – wie ihr Erzähler – gefangen in einer kontinuierlichen Selbstbestätigung durch Äußerlichkeiten und in einer gleichzeitigen Betäubung mittels massenmedialer Berieselung, einer *sex and violence* tradierenden Populärkultur und Drogen. “Zwischen dem Milieu, der Lebenshaltung und der Lebensbewältigung der agierenden Figuren und deren Namen gibt es Verklammerungen der drei Romane, was sich auch in der fortschreitenden Desensibilisierung und Indifferenz bemerkbar macht. [...] In der Welt des Romans [*American Psycho*] gibt es keine Ethik des Handelns,”<sup>910</sup> wie Horst Steur treffend bemerkt.

Um diese hermetische Abgeschlossenheit im Sinne von Künstlichkeit seines literarischen Werkes und des Lebens seiner fiktiven Figuren zu belegen, imitiert und kopiert Ellis ganze Kapitel und Gesprächspassagen und Leitsätze seiner Figuren<sup>911</sup>: Er hat ein ganzes Kapitel von *Less Than Zero* (S. 18–19), in dem sich Clay mit seiner Mutter in einem Restaurant auf der Melrose-Avenue trifft, in *American Psycho* (S. 365–66) eingebaut. Dort ist es Patrick Bateman, der seine Mutter im fiktiven *Sandstone*, einem Sanatorium (in einem Sandsteingebäude) besucht. Das Kapitel in *AP* ist sprachlich wenig abgeändert, “Stimmung und Atmosphäre der beiden Szenen sind identisch, ebenso die Gesprächsthemen. Ausgelassen und ersetzt werden lediglich Hinweise auf die Haarfarbe von Clays Mutter und ihren Alkoholkonsum”<sup>912</sup>. Aber auch Clays und Blairs (imaginiertes) Urlaub in Monterey (*LTZ* 59–61) ist von der Stimmung und Atmosphäre, teilweise auch von

---

<sup>907</sup> Kennedy, 428.

<sup>908</sup> Steur, 28.

<sup>909</sup> Ebda., 248.

<sup>910</sup> Ebda., 24, 28.

<sup>911</sup> Horst Steurs Auseinandersetzung in *Der Schein und das Nichts* mit dem “äußeren Aufbau und der Zeitstruktur von *Less Than Zero*” (Kapitel 1) sowie der “Strukturierung durch szenische und verbale Wiederholungen und Variationen” (Kapitel 2) waren auch Grundlage für meine weitere Auseinandersetzung mit dem Roman *American Psycho*.

<sup>912</sup> Ebda., 24 ff.

den Aktionen mit Evelyns und Patricks Ausflug in die Hamptons auf Long Island (*AP* 278–82) vergleichbar, allerdings ist das Ambiente in *AP* extravaganter und das (Konsum-)Verhalten der Romanfiguren aggressiver, wobei die jugendlich-naive Dekadenz verschwunden ist. Eine Szene aus *Less Than Zero* zwischen Clay und Blair (S. 58) wiederholt sich (fast) wortwörtlich in Patricks Beziehung zu seiner Geliebten Courtney (*AP* 361–62); das Verhältnis beider Paare ist ausschließlich körperlicher Natur, jeglicher Beginn einer von den weiblichen Protagonistinnen gewünschten, verbalen Kommunikation wird von diesen selbst vorneweg mit einem passiven “nothing” abgewürgt. In *LTZ* zitiert Clay seinen Freund Daniel (aus Los Angeles) bzgl. des Mädchens Vanden:

Daniel also thinks that Vanden, a girl he saw at school in New Hampshire, is pregnant. . . she had mentioned something about it half-jokingly. [...] Vanden might not be coming back; that she might be starting a punk-rock group in New York called The Spiders's Web; that she might be living with this drummer from school in the Village; that they might get a gig to open for someone at the Peppermint Lounge or CBGB's. (S. 63/161)

Und in *TROA* beurteilt dieselbe Vanden (Smith) eine Studienkollegin als “a ‘total tuna’” (S. 20). In *AP* kehrt das ehemalige “Camden”-Girl Vanden als Punk, die mit ihrem Freund Stash, einem Drummer, in Village lebt, als Gast bei einem Abendessen der Freundin Patrick Batemans, Evelyn, apathisch und MTV-süchtig wieder (S. 10–20). Abgesehen von der Information, dass Vandens Eltern wie die Eltern aller anderen Charaktere geschieden sind und dieses Faktum sich wie ein Leitmotiv durch Ellis' Bücher zieht, geben *LTZ* und *TROA* nur Aufschluss über Vandens Bewegungsrichtung von Westen nach Osten<sup>913</sup> und über das allgemein herrschende Desinteresse am sozialen Umfeld. Sowohl in *TROA* als auch in *AP* wird das alljährlich stattfindende Geburtstagstreffen der Brüder Sean und Patrick Bateman aus der jeweiligen Romanperspektive erzählt, was einen zweidimensionalen Einblick in die Batemanschen Familienverhältnisse bietet: In *The Rules of Attraction* erzählt Sean von einem früheren, emotionslosen Geburtstag, seinem 21., in New York mit Patrick, dessen Freundin Evelyn, einer “junior executive at American Express”, und seinem damals schwerkranken Vater (S. 231–33; 237–40); mit Patricks Geschenk, einer Krawatte, will Sean sich an späterer Textstelle umbringen; einige Seiten später (in *TROA*) erzählt Patrick von Seans Geburtstag, wobei sich herausstellt, dass er Sean hasst und verachtet, weil dieser keine Lebensansprüche und – im Gegensatz zu ihm – keine Selbstbestätigung über Statussymbole braucht. In *American Psycho* ist es nicht mehr der Vater, sondern es sind seine Vermögensverwalter, die die beiden Brüder – aus Eigeninteresse – an Seans Geburtstag zusammenbringen: Im Kapitel “Birthday, Brothers” isst Patrick mit Sean im Prestige-Restaurant Dorsia (S. 224–30), nachdem er sein Geschenk für Sean, eine (weitere) Krawatte, im letzten Moment gegen eine “nutzlose” Armbanduhr mit Taschenrechnerfunktion ausgetauscht hat. Ein machomäßiger Schlagabtausch zwischen den beiden Brüdern belegt in *American Psycho* ein gleiches kulturelles Wertesystem, wobei Sean Patrick bei den Statussymbolen aussticht. Ehemalige Mitstudierende aus Camden, Scott und Anne Smiley, verbringen im Kapitel “Deck Chairs” einen Abend mit Bateman und seiner Geliebten Courtney, bei dem es ausschließlich um ein Übertrumpfen von Statussymbolen geht (S. 92–101). Auch dieses Kapitel entspricht strukturell und thematisch dem Treffen von Sean und Lauren mit Anne und Scott in New York aus dem Roman *TROA* (S. 255–59). Die jugendliche Dekadenz und kommunikative Unsicherheit aus *TROA* ist dabei einem exzessiven, oberflächlichen Konsumverhalten gewichen. Auch der Liebhaber von Sean Bateman aus *The Rules of Attraction*, Paul Denton, tritt im Roman *American Psycho* als Randfigur auf. Bateman wundert sich zunächst über Pauls ignorierendes Verhalten ihm gegenüber und ärgert sich dann, denn Denton scheint ihn wiederzuerkennen, aber durch seine Anwesenheit nicht erfreut, sondern geradezu in Panik zu geraten.

<sup>913</sup> Vgl. auch Steur in seiner Zusammenfassung, 247 f.

But Paul Denton keeps staring at me, or trying not to as if he knows something, as if he's not quite sure if he recognizes me or not, and it makes me wonder . . . Denton looks over at our table, at me, one last time, and he seems panicked, convinced of something by my presence, as if he recognized me from somewhere, and this, in turn, freaks me out. (S. 89–90)

Über diesen inneren Monolog vermag Ellis einen weiteren Hinweis auf Batemans finstere Vergangenheit zu geben und den aufmerksamen Leserinnen und Lesern von Ellis' zweitem Roman, *The Rules of Attraction*, die Paul Denton daraus wiedererkennen, Insiderwissen zuzuschauen und ihnen damit eine neue Perspektive auf das familiäre Umfeld von Patrick Bateman, sicher jedoch Abstand zur fatalen Serienmörderfigur zu bieten. Zwei wiederkehrende Witze, sog. *running jokes*, aus *The Rules of Attraction* finden sich in etwas veränderter Fassung in *American Psycho* wieder und belegen grundsätzlich das Weitertradieren von kulturellen Stereotypen. Neben dem Leitsatz "Hey, did anyone know cavemen got more fiber than we get?" aus *TROA* findet sich ein rassistischer Witz, der die (finanzielle sowie politische) Überlegenheit der weißen, amerikanischen Oberschicht offensichtlich macht: Um seine Mutter zu blamieren, erzählt Richard bei einem Abendessen mit seiner Mutter, deren Freundin (Mrs. Jared) und Sohn (Paul Denton) in *TROA* folgenden vulgären und rassistischen Witz:

See, Julio Iglesias and Diana Ross meet at this party and they go back to Julio's place and they fuck – . . . and afterwards, Diana Ross, who's come about fifty times and wants more of Julio's dick, says – . . . 'Julio you gotta fuck my pussy again, I loved it so much' and Julio says 'Okay baby, but I need to sleep for a leetle beet –' . . . But, you must keep one hand on my cock and the other on my balls' Julio says, 'and then after thirty minutes we fuck again, okay?' . . . And Diana says, . . . 'Why do I have to keep one hand on your cock and another on your balls, Julio?' . . . And Julio says, 'You wanna know why you have to keep one hand on my cock and one hand on my balls?' . . . 'Because the last time I fucked a nigger she stole my wallet.' (S. 150–51)

In *American Psycho* kursiert derselbe Witz in einer Yuppierunde, wobei der Kontext des Witzes sich mit dem Kontext der Erzählsituation geändert hat: Patrick Bateman sitzt mit Kollegen beim Aperitif, wobei die Anwesenden auf höchst derbe Art und Weise kritisiert und belächelt werden; Preston ist bester Laune und leicht angetrunken:

Anyway, so JFK and Pearl Bailey [eine schwarze Tänzerin] meet at this party and they go back to the Oval Office to have sex and so they fuck and then JFK goes to sleep and . . . Oh gosh, now what happens . . . Oh yeah, so Pearly Bailey says Mr. President I wanna fuck you again and so he says I'm going to sleep now and in . . . thirty-no, wait . . . Now . . . no, sixty minutes . . . no . . . okay, thirty minutes I'll wake up and we'll do it again but you've got to keep one hand on my cock and the other one on my balls and she says okay but why do I have to keep one hand on your dick and one . . . one hand on your balls . . . and . . . Hey Van Patten – are you listening to me? . . . And he says because . . . And he says . . . My mind's a blank. . . . He says, um, because . . . Oh gosh, I can't believe I forgot this . . . Oh yeah, oh yeah, oh yeah . . . Listen, I remember. Because the last time I fucked a nigger she stole my wallet. (S. 37–39)

Abgesehen vom Rassismus des Witzes vermittelt die Art und Weise, wie der Dialog formal vermittelt wird, Stimmung und Atmosphäre: In *TROA* ist es die eisige Kälte, die Richard seiner Mutter in dem Restaurant entgegenbringt, als er sie vor allen Gästen bloßstellt. In *AP* ist es Prestons leichte Angetrunkenheit in der Runde, welche die vorabendliche Feiertagsstimmung ankündigt und zugleich die Vulgarität der Gruppe belegt. Ellis setzt Leitmotive ein, welche die Leserinnen und Leser im Roman begleiten und sich im Kontext zu Bildern der Verlorenheit und Entfremdung, Kommunikationslosigkeit und Indifferenz verdichten: In *LTZ* ist es der einleitende Satz "People are afraid to merge on freeways in Los Angeles", der im Laufe des Romans durch ein Straßenschild mit der Aufschrift "Disappear here", durch die Frage von Clays Schwester bzgl. des



heroin-süchtigen Julian, der sich verkauft, "Is he for sale?" und die Aufforderung "You can disappear here without knowing it" ergänzt und zur Aussage von zunehmender Gleichgültigkeit verdichtet wird. In *TROA* finden sich Seans leere Floskeln "Rock 'n' Roll" (ein Bruch mit dem vormals revolutionären Gedankengut, das nicht nur den Bruch mit der Elterngeneration, sondern auch den Bruch mit vielen Tabubereichen in der amerikanischen Gesellschaft implizierte) und "Deal with it" (Ausdruck von Apathie und Indifferenz), die als Ausspruch von seiner Freundin Lauren in *TROA* und seinem Bruder Patrick in *AP* als "I can't deal with him [Sean]" aufgegriffen und weitertradiert werden. Alle Figuren stammen aus brüchigen oder zumeist wohlhabenden, jedoch "kommunikationsunfähigen" Familien, in denen Sehnsüchte von Kindheit an übers Konsumieren erfüllt wurden. Ellis' Gesellschaftskritik bezieht sich aber nicht nur auf das Fehlen von funktionierenden Familienstrukturen, die "soziale" Verhaltensmuster einem materialistischen Wertebild entgegensetzen, sondern impliziert in seinen Romanen klar die sozialen Defizite von Politik und Medienberichterstattung. Mit dem Porträt eines Yuppies und Serienmörders in *American Psycho* hat Ellis die Individualität und damit Personalität seiner Hauptfigur radikal aufgehoben und objektiviert; das heißt, sie jeglicher menschlicher Züge beraubt. Bateman wird damit zum klischeehaften Produkt seiner Umwelt, wobei seine (triebhafter) Konsumsucht einziges Mittel zur kontinuierlichen und vermeintlichen Selbstbestätigung und -positionierung in einer hyperkonsumistischen Gesellschaft bleibt. Mit der Platzierung des Romans im erkennbaren Manhattan der 1980er-Jahre – "The wealthy elite grows wealthier, the poor and disturbed are turned out onto the streets by the tens of thousands, and anything, including the very worst, seems possible"<sup>914</sup> – und der Einbeziehung der LeserInnen im Text mittels Identifikationsstrategie – "Bateman, who expresses his true self by torture and murder, prefigures an apocalyptic horror that no society could bear to confront"<sup>915</sup> – macht der Text die vorangeschrittene Desensibilisierung in der (amerikanischen) Konsumgesellschaft regelrecht spürbar und erlebbar. Der Text selbst wird damit zum politischen, wenn auch nicht ganz unproblematischen, destabilisierenden und entmenschlichenden Akt.<sup>916</sup>

I am an incredibly moralistic person. [...] People assume I stand for what is in my books. [...] All the books are narrated by the characters themselves. [...] There is no authorial voice stating, 'O.K. Patrick Bateman is a crazy madman.' Everything I've written so far is about characters just basically speaking for themselves. A lot of people totally mistake the books in some cases as advocating a certain form of behavior.<sup>917</sup> (BEE)

Zunächst unberührt von der amerikanischen Polemik erscheint noch im selben Jahr *American Psycho* auf Deutsch.<sup>918</sup> Die deutsche Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften setzt das Werk – entgegen der mehrheitlich positiven Meinung der Kritik – auf den Index:<sup>919</sup>

*American Psycho* läuft drohend, grollend wie ein Unwetter an, und plötzlich schlägt der grausame Blitz ein: Die Banalität des Schrecklichen, die wir verdrängen wollen, trifft uns und zwingt uns, das Unerträgliche wahrzunehmen: die Oberflächlichkeit, die Brutalität, mit der wir uns abfinden. In einer Medienwelt, die jedes Thema lächelnd in drei Minuten abhandelt – vom Holocaust über die Salatbar zum Krieg – ist dieses Buch ein Schuss ins Herz, Picassos *Guernica* vergleichbar.<sup>920</sup>

<sup>914</sup> Auf der Rückseite der Vintage-Ausgabe von *American Psycho*.

<sup>915</sup> Ebda.

<sup>916</sup> Vgl. Iannone, 54.

<sup>917</sup> Tyrnauer, 125.

<sup>918</sup> Bret Easton Ellis, *American Psycho*, übersetzt von Clara Drechsler und Harald Hellmann (Köln: Kiepenheuer & Witsch, 1991)

<sup>919</sup> Reinhard Wengierek, "Der gewöhnliche Kannibalismus," *Die Welt* 15. September 1997: 15.

<sup>920</sup> Auf der Rückseite der deutschen Buchausgabe von *American Psycho* von Kiepenheuer & Witsch.

Dem Urteil der bekannten Journalistin, Buchautorin und Frauenrechtlerin Elke Heidenreich schließt sich Hubert Winkels von der *Frankfurter Rundschau* an: "Bret Easton Ellis ist mit diesem monströsen Buch [...] eine literarische Markierung des ausgehenden 20. Jahrhunderts gelungen."<sup>921</sup>

## ***The Informers (TI)***

"The level of control and economy in these stories is remarkable. *The Informers* is a synthesis of the best elements of Ellis's earlier books."<sup>922</sup> Ellis selbst bezeichnete seinen 1994 erschienenen Roman *The Informers* weniger als Roman, sondern als eine Art "Geschichtensammlung"<sup>923</sup> mit einer kaleidoskopischen und fragmentierten Sicht auf das Los Angeles Anfang der 1980er-Jahre.<sup>924</sup> Der distanzierte, emotionslose Ton und die Entropie des "LA teen life"<sup>925</sup> erinnern an das fiktionale Territorium von *Less Than Zero*. "*The Informers* chronicles the lives of a group of people fusing their voices into an intense, impressionistic narrative that spans and blurs gender, generations and even identities – all of them suffering from nothing less than the death of the soul."<sup>926</sup> Die dreizehn lose zusammenhängenden, chronologisch durcheinandergeworfenen Kurzgeschichten handeln von orientierungslosen Menschen, die unfähig sind, in ihrem Leben emotionale Beziehungen zu ihren Mitmenschen aufzubauen. In diesen Bestandsaufnahmen einer hyperkonsumistischen Gesellschaft überwiegt die Langeweile, die – auch hier – durch den letzten Kick überwunden werden soll. In der Erzählung "The Up Escalator" hat eine unglücklich verheiratete Frau eine Liebesbeziehung zu einem Mann, der so alt wie ihr Sohn im College ist. In "In the Islands" verbringen Vater und Sohn (Tim Price aus *LTZ* und *AP*) einen Urlaub auf Hawaii. Der Vater weiß nicht, was er zu seinem Sohn sagen soll. Ein Briefwechsel durchzieht dabei wie ein einziger roter Faden *TI*; nach Ellis' Worten handelt es sich dabei um eine "epistolary section"<sup>927</sup>: Anne, die ihre Ferien an der Westküste verbringt, schreibt Briefe an Sean (Bateman) an der Ostküste. Die unbeantworteten Briefe dokumentieren die, mit jedem im Westen der USA verbrachten Tag, zunehmende emotionale Abflachung von Anne. Gefangen in ihrer Passivität entschließt sich Anne – wie ihr letzter Brief dokumentiert – zu bleiben und gibt damit sich und ihre Zukunft auf. Der Perspektivenwechsel mit jeder neuen Geschichte fordert eine unentwegte, aktive Partizipation seitens der Rezipierenden am Schicksal der Figuren, die am Ende ihrer Geschichte der großen Leere wieder ein Stück näher gerückt sind, so wie Anne: "I realized that no matter where I am it's always the same. Camden, New York, LA, Palm Springs – it really doesn't seem to matter. Maybe this should be disturbing but it's really not. I find it kind of comforting." (S. 134) Annes Aussage zu den wechselnden Schauplätzen nimmt dabei durchaus die Erfahrung der Mobilität von globalen Konsumentinnen und Konsumenten vorweg. Heute Amerika, morgen Europa, übermorgen Asien: Der globale Urlaubsgast, erkennbar auch in Ellis' fünftem Roman *Glamorama*, fühlt sich überall zuhause. Trotz der Aktionsbereitschaft einzelner Figuren, Chaos und Beziehungen zu ordnen, scheitern alle Figuren in *The Informers* an der eigenen Emotions- und Kommunikationsunfähigkeit, bleiben bindungslos. Der Ton des Romans ist von der traurigen Schicksalhaftigkeit seiner Figuren geprägt, so als wäre *TI* ihre letzte und einzige Kommunikationsplattform,

---

<sup>921</sup> Ebda.

<sup>922</sup> Nick Zine, "The Informers by Bret Easton Ellis," NickZine homepage, 25 July 2002, <http://www.noguelph.ca/~ndinky/ellis.htm> (Page Not Available - Missing Link).

<sup>923</sup> Tyrnauer im Gespräch mit Bret Easton Ellis, 97: "It's sort of like a sectional diary I've kept over the last 10 years. A lot of it's fiction. A lot of it's nonfiction. A lot of it's diary entries."

<sup>924</sup> Tyrnauer, 96.

<sup>925</sup> Ebda., 97.

<sup>926</sup> Inhaltsangabe im Klappentext von *The Informers* (London: Picador, 1994)

<sup>927</sup> Amerika und Laurence, 2.

bevor sie ins Nichts verschwinden: “Imagine a blind person dreaming” lautet hier ein Leitmotiv. Auch in *TI* kehren Figuren aus früheren Romanen als Neben- oder Hauptfiguren in den einzelnen Geschichten wieder. Die Darstellung von Gewalt zur Porträtierung der eigenen Desensibilisierung durch Konsum und Realitätsverlust ist subtiler angelegt (im Gegensatz zu *AP* hat Ellis auf die detaillierte Darstellung von Gewalt und Mord verzichtet); sie variiert und geht doch mit jeder Geschichte tiefer. In der elften Geschichte, “The Fifth Wheel”, die von der Entführung und dem sinnlosen Töten eines zehnjährigen Kindes erzählt, verlässt Ellis in *TI* erstmals das Terrain des reichen Los Angeles, um mit einem Milieuwechsel die Allgegenwärtigkeit von Gewalt in der amerikanischen Gesellschaft zu belegen und die LeserInnen hiermit schonungslos zu konfrontieren. “Ellis uses horror as a technique to shock the reader into an awareness of the darkness that exists within contemporary society and within all of us, a darkness that, judging by the general reaction to Ellis’s work, many of us are unwilling to confront.”<sup>928</sup>

Die Rezensionen zu *The Informers* – fast alle im “recyclierten” Kontext des Medienaufbruchs um *American Psycho* – sind mehrheitlich positiv, und das aus guten Gründen: *TI* ist ein sehr ausgereiftes Werk – stilistisch diszipliniert und durch alle Kurzgeschichten hindurch thematisch kohärent: Ellis entwirft das Porträt einer weißen Mittel- und Oberklasse in Amerika mit ausdruckslosen Protagonisten (und Protagonistinnen), die ihrer Umwelt nicht mehr unschuldig, sondern indifferent und apathisch gegenüberstehen:

For all of his studied neutrality, Mr. Ellis provides his readers with grounds for judgment. [...] A case could be made for Mr. Ellis as a covert moralist and closet sentimentalist, the best kind, the kind who leaves you space in which to respond as your predispositions nudge you, whether as a commissar or hand-wringer or, like me, as an admirer of his intelligence and craft.<sup>929</sup>

Elizabeth Young, profunde Kennerin von Ellis’ Werken, kommentiert *TI* mit folgenden Worten: “Ellis [has] the ability to capture modern reality with the ferocity of a collector driving a pin through a social butterfly. [...] there are moments of acute poignancy and insight”<sup>930</sup>. John Walsh meint: “Ellis is, without question, a serious and important writer in a tradition stretching back through *Last Exist to Brooklyn* to the Hemingway of *The Sun also Rises*.”<sup>931</sup> Dem schließt sich der Autor Will Self an, der selbst als *Enfant terrible* der englischen Literaturszene gilt: “*The Informers* shows the work of a writer at the peak of his powers, deeply concerned with the moral decline of our society. The book takes us from the first to the seventh circles of hell, from Salinger to De Sade.”<sup>932</sup> Auch Doris Knechts Besprechung des Romans, als dieser in seiner deutschen Übersetzung erscheint, beschreibt Ellis und sein Werk insofern zutreffend, als die österreichische Journalistin und Schriftstellerin den Humor als Grundmerkmal seiner Romane erkennt:

<sup>928</sup> Siehe NickZine als Kommentar zu *TI*.

<sup>929</sup> George Stade, “Hopping, Popping and Copping,” *The New York Times Book Review* 18 September 1994: 14.

<sup>930</sup> *The Guardian*-Zitat im Klappentext innen von *The Informers*.

<sup>931</sup> *Weekend Independent*-Zitat im Klappentext innen von *The Informers*.

<sup>932</sup> Will Self im Klappentext innen von *The Informers*. 1997 führte ich (die Autorin vorliegender Arbeit) für Radio Österreich 1 ein Gespräch mit Will Self, der – seit der Veröffentlichung von *My idea of fun* (1993), auf Deutsch *Spaß* – als Äquivalent zu Ellis in Großbritannien gilt. Darin fiel mir eine Gemeinsamkeit zwischen Self und Ellis auf: Die beiden Autoren werden trotz ihres expliziten und “amoralischen” Inhalts ihrer Romane von der Fachkritik immer wieder als Moralisten bezeichnet. Ich wollte wissen, wie Self, der außerdem mit Ellis befreundet ist, dies beurteilt. Self: “[...] There is a phrase that I developed in connection with the work of J. G. Ballard [...] to describe what sort of book I think his famous novel *Crash* is. [...] I said of it that the moral fulcrum, the fulcrum, the thing you tip the lever on, lies outside the text. So, there is a perspective the reader can adopt that will provide a moral way into the book. But the book in the novel itself is amoral, quite clearly amoral, there is no moral in it, there is no moral solution. There is really no right or wrong. And I think as a satirist, as a satirical writer, the minute your moral intention is explicit in the book, you have ruined it, then you’re a politician not a writer. [...] If readers do read the book and find this moral fulcrum outside the text, depending on where they locate it. I think it may provide them, if not with a specific moral insight, then with an atmosphere of moral questioning, certainly.”

[...] gerade in dieser augenscheinlichen Oberflächlichkeit und vor allem in dem ungeheuren Witz, den daraus zu destillieren er in der Lage ist, liegt Bret Easton Ellis' eigentliche Stärke – wobei der Witz selbst keineswegs oberflächlich und augenscheinlich daherkommt, sondern sich in grandiosen Dialogen und lakonischen Beschreibungen subtil versteckt: Ein Talent, das bereits *American Psycho* prägte (und angesichts all der Blutbäder gerne übersehen wurde).<sup>933</sup>

Bis zur Veröffentlichung von *AP* hatte Ellis, der seine Romane zuerst mit der Hand vorschreibt und dann am Computer ausfeilt, neben seiner Fiktion immer wieder Essays über seine Generation in den Zeitschriften *Vanity Fair*, *Interview*, *Rolling Stone* (über das Wiederaufflammen des Konservatismus an amerikanischen Colleges), im *Wall Street Journal* und in der *New York Times* geschrieben. Mit dem Medienaufruhr um *American Psycho* jedoch hatte sich das "Enfant terrible" aus der Öffentlichkeit stark zurückgezogen; Ellis' vormals interessierte Grundhaltung seinen Kritikerinnen und Kritikern gegenüber hatte sich nach dem Skandal um *American Psycho* geändert:

I had thought that the response of the critics – like the response from anybody – was really important. In the end I found that it's really not so important. [...] You write for yourself. It's between you and the typewriter. There was nothing I learned from any of these critics. I mean, do most critics' taste extend beyond the hopelessly middle-brow? If you're a writer and you write because you hope the critics will be kind to you, then you're demented. I think a lot of writers in their twenties expect that. They desperately want to be liked. [...] They don't want to offend. They don't want to write anything messy or crazy. [...] And most of their books, even the good ones, are just too concerned with appearances – with, for the lack of a better word, *ass kissing*. It's very polite and charming. A lot of it is sensitive. There was a quote from a critic on the back of a book from someone my age that said, 'As light and as airy as a soufflé.'<sup>934</sup>

Mit der Veröffentlichung seines vierten Romans *The Informers* kann Ellis seinen Ruf als "seriöser" Schriftsteller bestätigen; seine Aversion vor einem neuen Medienrummel führt schließlich zu einem letzten, größeren Interview 1994 in *Vanity Fair*, in dem Ellis erklärt, dass er an einem "big book"<sup>935</sup> arbeite. Dann bleibt es einige Jahre still um den Autor, der von da an abwechselnd in New York City und in Los Angeles lebt. Mit der Herausgabe von *The Informers* aber beginnen sich die Reaktionen der Mainstream-Presse bzgl. *American Psycho* ins Positive zu verändern: Die Kritik setzt sich von nun an nicht nur näher mit Ellis' Werken auseinander, sondern auch mit den Implikationen, die der Medienaufruhr um *American Psycho* verursacht hatte. Und schrittweise beginnt eine populärkulturelle Auseinandersetzung mit *American Psycho*; im englischsprachigen Raum zunächst noch verhalten, im deutschsprachigen Raum etwas mutiger und weniger voreingenommen. Die amerikanische Punkrock-Gruppe THE MISFITS kreiert 1997 den Song "American Psycho"<sup>936</sup>, der als musikalische Interpretation des Romans durchaus dessen Ohnmachtgefühl zu transportieren vermag. Zur selben Zeit, am 26. April 1997, bringt das Schauspielhaus in Hamburg *American Psycho* zur Uraufführung<sup>937</sup>. "Ein Flop"<sup>938</sup> – so die *Stuttgarter Zeitung*. Die Inszenierung von Thirza Bruncken fällt bei den Theaterkritikern durch, denn: "Die Theater-Adaption tut alles, um sich einem womöglich drohenden Skandal zu verweigern. So mündet der Abend in Belanglosigkeit"<sup>939</sup>, kommentiert die *Frankfurter Rundschau*. Wie wurde *American Psycho* als Theaterstück interpretiert? Zwei Männer und zwei Frauen mit blond gefärbten Haaren und in rosaroten Anzügen bzw. Kleidern demonstrieren auf einem mit

<sup>933</sup> Doris Knecht, "Buchbesprechung: *Die Informanten*," (Kopie vor Abdruck im *Falter*, 1997)

<sup>934</sup> Love, 46.

<sup>935</sup> Ebda., 49.

<sup>936</sup> MISFITS, "American Psycho," (1997) Geffen Records 25126.

<sup>937</sup> Marcia Pally, "Man kann immer noch reicher sein," *DSH-Magazin* 16, 1997/98.

<sup>938</sup> Gottfried Krieger, "Aus dem Leben eines Serienkillers," *Stuttgarter Zeitung* 17. September 1997: 6.

<sup>939</sup> Mechthild Lange, "Törichtes Konglomerat zum Thema Gewalt," *Frankfurter Rundschau* 15. September 1997.

blauem Plüsch überzogenem Podest inmitten der ZuschauerInnen mittels Partygeflüster die Langeweile und Oberflächlichkeit der 1980er-Jahre – der Gewaltkontext wird ausgespart. Dem vernichtenden Kommentar in der *Frankfurter Rundschau* schließt sich der bekannte deutsche Literaturkritiker Hellmuth Karasek im *Berliner Tagesspiegel* an:

Wir wollen die Namen der Schauspielerinnen und Schauspieler höflich verschweigen. Wir wollen nur erwähnen, dass sie dauernd von der Regie genötigt werden, in Schubert-Lieder und Volkslieder zu Klavierbegleitung auszubrechen, was so Grauen erregend dilettantisch ist, dass dem keine Steuervergünstigung zusteht, kein Kulturbonus. [...] Gespielt? Chargiert, dass der Tisch sich bog. Wie da Snobs genäsel haben, Bayern parodiert wurden, das war schon brutal. Ein Tiefpunkt? Nicht einmal das! Aber für solche Abende ist das Leben einfach zu kurz.<sup>940</sup>

Anfang 1998 werden Gerüchte in die Welt gesetzt, dass *American Psycho* von Michael Stipe, dem Sänger der US-amerikanischen Rockband R.E.M., mit Leonardo Di Caprio verfilmt werden soll. Tatsächlich jedoch war die feministische Filmemacherin und Kanadierin Mary Harron von der Produktionsfirma *Lions Gate Films* (Universal) mit der Verfilmung von *American Psycho* beauftragt worden; Harrons Idealkandidat für Patrick Bateman ist der Schauspieler Christian Bale.<sup>941</sup> Auch Ellis, der bereits 1991 für den auf Kultschocker spezialisierten Regisseur David Cronenberg ein Drehbuch verfasst hatte, stimmt trotz Bedenken, dass sein Roman als Film umgesetzt werden könne, Harrons Verfilmung zu;<sup>942</sup> Cronenberg und Starregisseur Oliver Stone hatten ihre *American Psycho*-Verfilmung bereits wegen "Unfilmbarkeit"<sup>943</sup> abgesagt. Harron verfasst mit Guinevere Turner das Drehbuch und produziert den Film um 7 Millionen US-Dollar. Im ersten Jahr seiner Erscheinung 2000 sollte der Film bereits mehr als 15 Millionen US-Dollar einspielen und ein Erfolg werden.<sup>944</sup> Mehr hierzu an späterer Stelle.

Im Dezember 1998 erscheint abseits von jeglichem Medienecho Bret Easton Elliss' fünfter Roman *Glamorama* über die Welt der Supermodels. "When real life gets in the way of completing a novel, I suppose that's a kind of writer's block. And the way that I dealt with it is letting time pass and drinking heavily. Which I don't necessarily recommend."<sup>945</sup> Acht Jahre lang – von Dezember 1989 bis November 1997 – sollte Ellis an dem 546 Seiten starken Roman schreiben.<sup>946</sup>

<sup>940</sup> Hellmuth Karasek, "Schmerz auf der Zunge," *Der Tagesspiegel* 15. September 1997: 3.

<sup>941</sup> Randy Shulman, "The Attractions of Bret Easton Ellis: Author of 'American Psycho' and 'Less than Zero' discusses his latest film adaptation, 'Rules of Attraction'," 9 October 2002, <https://www.metroweekly.com/2002/10/the-attractions-of-bret-easton>.

<sup>942</sup> Vgl. das Gespräch mit Michael Stipe von Christoph Dallach und Wolfgang Höbel, "Ich bin den Leuten unheimlich," *Der Spiegel* 21 Juni 1999: 227. In einem aufgezeichneten Studiogespräch für die PBS-Talkshow *Charlie Rose* mit dem Autor Bret Easton Ellis, der Regisseurin Mary Harron und dem Hauptdarsteller von Patrick Bateman in *American Psycho*, Christian Bale, am 13. April 2000 zeigte sich Ellis erfreut über die eigenwillige Interpretation von Bateman durch Bale und der Umsetzung des Buches als Film und bezeichnete diesen als durchaus gelungen. (*A Conversation About 'American Psycho'* ©Charlie Rose, Part 1 and Part 2, <https://www.youtube.com/watch?v=n2fjxoTUnT8>)

<sup>943</sup> Siehe Klein, <https://www.avclub.com/bret-easton-ellis-1798208018>, und Tyrnauer, 125: David Cronenberg, Kult-Regisseur von William Burroughs *Naked Lunch* (1991) und J. G. Ballards *Crash* (1996) hatten von Ellis ein Drehbuch verlangt, das selbst Ellis als unverfilmbar betrachtete: "David said, I want a screenplay that has no violence, no sex, no restaurant scenes, no club scenes, and I want it to be 60 pages long because it takes me two minutes to shoot a page." I didn't know what he was talking about."

<sup>944</sup> Ebda.

<sup>945</sup> The [Globe.com](http://www.globe.com) *Chat Transcript*, 19 January 1999, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/globechat.html>.

<sup>946</sup> Clarke, Part II, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint2.html>.

## ***Glamorama (GL)***

. . . an awesome reckoning of the American Century at endgame. . . a young name in what is recognizably fashion- and celebrity-obsessed Manhattan is gradually, imperceptibly drawn into a shadowy looking-glass of that society, there and in London and Paris, and then finds himself trapped on the other side, in a much darker place where fame and terrorism and family and politics are inextricably linked and sometimes indistinguishable. At once implicated and horror-stricken, his ways of escape blocked at every turn, he ultimately discovers – back on the other, familiar side – that there was no mirror, no escape, no world but this one in which hotels implode and planes fall from the sky.<sup>947</sup>

Auffallend ist, dass dieses zweite Monumentalwerk im Unterschied zu den früheren Texten von Bret Easton Ellis einen “Plot” besitzt – einen Plot, der dieses Mal sowohl grundlegend für die Entwicklung einer (politischen) Verschwörung, welcher das Supermodel Victor Ward zum Opfer fällt, als auch mitentscheidend für das Textverständnis ist. Aus der Perspektive von Ward zeichnet Ellis die Welt der Supermodels im Manhattan der frühen 1990er-Jahre nach. Wards Banalität – stellvertretend für diese insbesondere auf “Äußerlichkeiten” bedachte Welt, in der er sich bewegt – wird durch die Aussagen seiner Umwelt karikiert: Victor Ward hat ein Supermodel als Freundin, die Verlobte seines Chefs als Geliebte und verliebt sich kurz vor der Eröffnung eines trendigen Clubs in eine längst vergessene Jugendliebe; dazwischen Glitzer und Glamour und ein vages Gefühl verfolgt zu werden. Was anzieht, wird (sexuell) konsumiert. Das gilt sowohl für die agierenden Romanfiguren in *Glamorama* als auch für dessen Leserschaft. Es gibt eine einzige explizite, seitenlange Sexszene. Und in einem Interview über *Glamorama* sprach Ellis auch zum ersten Mal über seine Darstellung von Sexualität, die seine KritikerInnen seit *American Psycho* so gespalten hatte. In *Glamorama* würde die lange Sexszene das entworfene Idealbild des Jetset-Lebens der High Society logisch vervollständigen, so Ellis, wobei das Schreiben einer Sexszene alles andere als einfach sei:

A sex scene poses the following problem: it can be so distracting that it can make it difficult for a reader to concentrate on anything happening after it. But I thought enough was going on in this book so that it really wouldn't be a problem. Also, I'm interested in how pornography affects a reader. It's such a consumer item. It does what it's supposed to do. Like toothpaste or coffee or clothing. It's cold, you wanna stay warm, you put on a sweater. You're tired, you need to wake up, you have a cup of coffee. You want to be aroused and climax, you purchase pornography. Since it's such a consumer good and because the book is so full of consumer goods, why not throw in some porn amidst all the clothes and all that useless hipness.<sup>948</sup>

Im Kontext der porträtierten hyperkonsumistischen Gesellschaft sieht Ellis Sexualität ausschließlich als Konsumobjekt – als (gekaufte und konsumierte) Pornografie. Wobei den Autor interessiert, wie die LeserInnen seiner Romane auf einen pornografischen Text reagieren, der nicht Romantik, sondern nur Fakten dokumentiert:

But there's also a lot of technical difficulties that you need to overcome if you're to write a successful sex scene. In terms of the prose – it should be very simple, almost scientific, totally unadorned. Metaphor in a sex scene – I think – tends to destroy it. It's best just to state the facts. Maybe if I hadn't been so clinical, people would not be as scandalized or think the scene is as 'filthy' as they seem to. It's always interesting to me when people – and this was true for AMERICAN PSYCHO as well – are far more bothered by a sex scene than they are by descriptions of violence. The sex scene in GLAMORAMA might be the last one I write – the sex scene to end all sex scenes – just because it becomes kind of unbecoming after you reach a certain age to write scenes like that. You run the risk of sounding like a dirty old man.<sup>949</sup>

---

<sup>947</sup> Die Inhaltsbeschreibung auf dem Klappentext von *Glamorama*.  
<sup>948</sup> Clarke, Part III, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint3.html>.  
<sup>949</sup> Ebda.

Wie bei *American Psycho* dominiert in *Glamorama* das minutiöse Detail und die meisterhafte Darstellung des Geschehens im Alltagsdialog: Sprachliche Stilmittel dienen zur Vermittlung von Monotonie und Gleichgültigkeit in einer Welt, in der es gilt, sich fürs tägliche Überleben und Up to date-Sein unentwegt künstlich aufzuputschen – mit dem Risiko innerlich abzustumpfen. Ellis:

The books I've written so far have been completely thought-out before the actual writing begins. I do an outline, which takes me three or four months, that incorporates every scene. I work that way because the books are basically conceptual. [...] I get a character I want to write about; and prefer, so far, to have these characters narrate. The character's voice sets up the structure of the book, and even the length of the book.<sup>950</sup>

I don't think it's crucial if you have a plot-driven book, but I think in that case you pretty much have a story in mind and the story carries the book along. If you're writing the sort of novel that I tend to write, where the sequences are much more random and the effect ultimately is a cumulative one, then you really need to be very careful about what scenes you include and which scenes you just ignore and don't deal with. The first page of an outline, for me, is basically the entire movement of the book and what's going to happen. It would almost read like a book jacket description, I guess, but much longer and with much more detail.<sup>951</sup>

So wirbelt immer wieder “Konfetti” durch die Luft – sozusagen als Sinnbild für sinnlosen Luxus – und der Atem der Romanfiguren “dampft” – wohl ob der gefühlskalten Szenerie. Ellenlange Auflistungen fiktiver und nicht-fiktiver Namen aus Film-, Show- und Modebusiness stehen stellvertretend für die Devise “Sehen und Gesehenwerden” und erinnern an Patrick Batemans Obsession mit Markennamen und Statussymbolen in *American Psycho*. In *Glamorama* jedoch wird der Status des Protagonisten Victor Ward, eines Supermodels, am Berühmtheitsgrad gemessen. Die zitierten Namen – von *Twin Peaks*-Stars Anfang der 1990er-Jahre bis Jungstars Mitte der 1990er-Jahre – belegen nicht nur den äußeren Zeitrahmen von *Glamorama*, sondern eben auch eine innere Kohärenz in der Romanentwicklung. Die ersten 200 Seiten entsprechen 36 Stunden im Leben von Victor Ward: Victor wird fotografiert, gefilmt und kontinuierlich wiedererkannt – auf Parties und auf Modenschauen, auch wenn er selbst “verunsichert” versichert, nie dort gewesen zu sein. Victor ist – wie viele andere in seiner Branche – braun gebrannt, gut gebaut und . . . “bewusst” austauschbar. Jede Figur, und das gehört zum Plot in dem Roman, wird sich als jemand andere/r, als sie/er vorgibt zu sein, entpuppen. (Auch Tote leihen Terroristen oder einer versteckt agierenden US-Agentin ihre Identität.) Selbst Victor Ward, so stellt sich heraus, hieß vor seiner Supermodelkarriere Victor Johnson und ist der Sohn des US-Senators Samuel Johnson, der für das Amt des US-Präsident kandidieren will. (Ein zufälliger Querverweis von Ellis auf diesen so “typischen” US-Präsidenten-Namen mit prominenten Vorgängern wie Andrew and Lyndon B. Johnson?) Auch Patrick Bateman, Wall-Street-Repräsentant aus *American Psycho*, taucht kurz auf. Gerade so kurz, um seine Bekanntschaft mit Victor Ward und seine weitere Existenz über das Ende von *American Psycho* hinaus zu belegen. Nichts ist bei Ellis dem Zufall überlassen; jedes Detail fügt sich mosaikartig zu einem Ganzen zusammen; allerdings nur aus der Sicht des Protagonisten Ward/Johnson und mit einem kontinuierlichen Gefühl der Beklemmung für die LeserInnen. Der Autor:

[Writing from a first-hand perspective] there's many more chances for ambiguity, for leaving stuff out, which to me can be as great as stuff that's kept in, stuff that you're wondering about, where you're constantly kept in question, where you're constantly turning the pages, wondering if this person's going to notice these things, or if he's going to make this connection, or if he's going to say this, or do that. You know everything when you're reading a novel written in third person. Everything's going to be worked out because the writer

---

<sup>950</sup> Love, 46.

<sup>951</sup> Clarke, Part II, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint2.html>.

oversees the entire canvas. There's a lot more suspense, I think, in first person novels. And I think even more so when you're working in first person, present tense, which I always do.<sup>952</sup>

Im Unterschied zu Ellis' früheren Romanen jedoch entwickelt sich die Figur Victor Ward als Person weiter. Nach und nach wird Victor klar, was er nicht weiß: "It's what you don't know that matters most." Von Anfang an zieht sich dieses Leitmotiv ungewöhnlich offensichtlich durch Ellis' *Jetset-Satire*. Soziale Indifferenz und die Konzentration des Protagonisten auf so banale Dinge wie *hip*, *cool* und *trendy* zu sein, verändern sich mit dem Geschehen und wandeln sich in offene Gewaltverneinung und Interesse an seinem Gegenüber. Die letzten Endes bewusste Abkehr Victor Wards von der oberflächlichen Welt der Celebrities (ersichtlich, als er die lang ersehnte Filmhauptrolle in *Flatliner II* ablehnt) und seine Hinwendung zur intellektuellen Welt einer Alma Mater (ersichtlich, als er ein Jura-Studium beginnt) sollen dies belegen. Ellis:

The maturing process of Victor Ward – and again, I want to be careful and not ruin any surprises for a reader – probably means more to me than it might to someone enjoying this book simply as a work of fiction. I know that I matured considerably during the writing of *GLAMORAMA*; I left my 20s and entered my 30s during the writing of it. The process of getting older is reflective in the tone, in that it is a narrative, and that characters alter and change (whereas in my earlier fiction they did not, because I didn't view the world that way); and I think that Victor is the only one of my narrators to experience a change of mindset. But then, what does it mean that perhaps ultimately it doesn't save him? I don't have an answer for that yet.<sup>953</sup>

Ausgangspunkt für die politische Verschwörung in *Glamorama* ist Victor Johnsons (Wards) Beziehung zu Jamie Fields und Lauren Hyde in *TROA* sowie sein *mate*-Bezug zu Sean Bateman und Bertrand Ripley darin; auch Alison Poole (die Hauptfigur aus Jay McInerneys *Bright Lights, Big City*, die bereits in *AP* einen Auftritt hatte) taucht auf. Es gibt verschiedene Schauplätze und eine Handlung, die nach zweihundert Seiten Langatmigkeit plötzlich packend wie ein *Actionfilm* und dabei zum chaotischen *Thriller* wird: Nach einer vernichtenden Cluberöffnung in New York wird Victor Ward (Johnson) auf eine Schiffsfahrt auf der QE2 nach London geschickt, um seine ehemalige Jugendliebe Jamie Fields von London in die USA zurückzubringen. Aber bereits auf dem Schiff ereignen sich mysteriöse Dinge; die Schiffsfahrt wird zu einer Passage in ein unmenschliches Chaos, in dem sich die weiteren Stationen London, Paris und schlussendlich Mailand, allesamt auch Modemetropolen, nach und nach als Schauplätze in einem Film entpuppen: Das zeigt sich durch die verwendete Filmsprache und inhaltlichen Anweisungen eines Regisseurs für Victor sowie durch die plötzliche Präsenz einer Filmcrew, die Victor begleitet; aber auch visuell ist das Buch nach den oben erwähnten Drehorten in Abschnitte (1–6) strukturiert und diese wiederum sind in Szenen bzw. lose Kapitel eingeteilt – der filmische Aufbau erinnert an *American Psycho*; allerdings gibt es in *Glamorama* mehrere Regisseure und Akteure und unbekannte Drahtzieher. Die Welt des Victor Ward scheint nach und nach zu einem Chaos zu verschmelzen, in dem der Protagonist nicht mehr zwischen realem Handeln und fiktiver Vorgabe unterscheiden kann: Denn es gibt einen offiziellen Film, dessen Skript Victor Ward kennt und nach welchem er agiert. Jedoch mit dem Auftauchen einer zweiten inoffiziellen (französischen) Filmcrew gibt es plötzlich ein zweites, für den Protagonisten unbekanntes Filmskript, mit Ward jedoch als Spielball darin. Ellis hierzu:

[The film crews] seemed also very suggestive to me – the fact that we basically perform all the time in our daily lives and just taking that idea one step further. There's so much surveillance in the world: in airports, banks, malls and this alters the way we move and talk and interact with each other. It's very subtle but there's

<sup>952</sup>

Ebda.

<sup>953</sup>

Barnes and Noble *Chat Transcript*, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/bnchat2.html>.



a degree of acting going on in society. So I wanted to capture that and that performance idea meshed with how dramatic the characters in the book act.<sup>954</sup>

Unmenschliches geschieht, wie das Drehen von Snuff-Filmen; Victors Schweigen wird damit als verzweifelter Mitwisser erpresst. Seine Angst und sein Entsetzen werden regelrecht spürbar. Ein Machtspiel um die Nominierung von Victor Wards (Johnsons) Vater zum US-Präsidenten in Washington D. C. belegt sowohl Kontrahenten in der arabischen Welt als auch ein innenpolitisches Interesse japanischer Investoren. Doppelagenten spielen mit ihrem Spielball ein faules Spiel. Terroristische Sprengstoffanschläge verursachen unermessliches Leid. Politische Handlungsmotive sind jedoch bis zum Ende nicht erkennbar. Der Autor:

In GLAMORAMA, the terrorists do not have an overt political affiliation. They just seem to represent chaos and destruction. Add to this the fact that the narrator doesn't seem to understand what is going on, and it remains unclear at the end of the book what their motives are. That probably reflects my personal reaction toward terrorism. I suppose because I have been raised as a bourgeois white boy from a 'comfortable' middle-class existence, I, of course, don't see how the violence that terrorists inflict on people solves anything. [...] Basically, I have never felt culturally or societally oppressed.<sup>955</sup>

Wie im Film gibt es gute und böse Menschen; wie in einer Verschwörung mit einem realistischen (schlechten) Ende werden Victor und die LeserInnen von *Glamorama* bis zum Ende nicht wissen, wer gut und wer böse ist. Denn auf ähnlich suggestive Weise wie in *American Psycho* trifft Ward – in terroristischer Gefangenschaft – schlussendlich gar auf (s)einen möglichen Doppelgänger. Ausgang und *Feeling* ungewiss. “As a model all you do all day is stand around and do what other people tell you to do.”<sup>956</sup> Mit dieser Aussage weist Ellis gleich am Anfang von *Glamorama* klar auf sein Anliegen in diesem Roman hin – auf die auf den ersten Blick ungewöhnliche Verbindung von Modewelt und Terrorismus; auf eine Gesellschaft, die dem Modediktat unterliegt und zunehmend terroristischen Gewaltanschlägen und Überwachung ausgeliefert ist:

Why did I see models as terrorists and the fashion world as a form of terrorism? Well, there's a tyranny to the fashion world in the way it extols an ideal beauty above all else that I think damages us. That has been a form of torture for women for decades and now it's increasingly happening to men. This obsession with looks that the fashion and photography worlds have taken to an extreme psychically damages the culture. Period. That's a fact. I know we're not talking about actual violence – which is the terrorists' goal – but emotional violence. Both worlds want you to be emotionally violated in the end. When I began planning GLAMORAMA the culture's fascination with models had reached a fever pitch and at the same time there was this terrible reckoning with terrorism and the connection I made seemed plausible.<sup>957</sup> (BEE)

Mittels radikaler sprachlicher Visualisierung des Geschehens gelingt es Ellis auch in *Glamorama* soziale Indifferenz zu vermitteln und sowohl die Gewalt als auch die Ohnmacht des Einzelnen spürbar zu machen. Dabei vermag Ellis die (private) Ebene des individuellen Serienmörders in *American Psycho* auf eine (öffentliche) politische Ebene der kollektiven Verantwortlichkeit zu heben: Die terroristischen Anschläge in *Glamorama*, ihre politischen Verflechtungen und Aussagen erinnern beklemmend an die individuelle und kollektive Ohnmacht des 11. September 2001 beim Einsturz des World Trade Centers in New York; seit dem Oklahoma City Bombing 1995 bereits vorhergeahnt. In Opposition zur heutigen sprachlichen Banalisierung von Gewalt seitens der Politik, ein gutes Beispiel hierfür ist das Wort “Kollateralschäden” zur Bezeichnung von Kriegsoffern, erzwingt Ellis bei der Leserschaft seines Romans gerade mit einer sprachlich-visualisierten

<sup>954</sup> Clarke, Part III, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint3.html>.

<sup>955</sup> Barnes and Noble, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/bnchat2.html>.

<sup>956</sup> Clarke, Part III, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint3.html>.

<sup>957</sup> Ebda.

Artikulation des Tötungsmoments eine Auseinandersetzung mit dem Geschehen: Anonymes Sterben wird individualisiert; anonyme Schuld wird zur kollektiven Schuld, worin jeder einzelne Mensch das System mitträgt. Ähnlich wie die in *American Psycho* implizite Kritik an der populärmedialen Faszination mit dem Serienmörder- und Yuppie-Phänomen, belegen die Terroranschläge in *Glamorama* das visuelle Entertainment, welches heute Terrorismus und jegliche Darstellung von Gewalt im Fernsehen, auf Video sowie im Kino bieten.

*Glamorama* belegt erneut Ellis' Stärke, Situationen kunstvoll zu komponieren und die agierenden Figuren in ihrer Charakterdarstellung aufs Wesentliche zu reduzieren; das heißt, mit strenger sprachlicher Abstraktion und einigen grafisch eingefügten Leitmotiven und -sätzen wie "We will slide down the surface of things ..." <sup>958</sup>, "It's the things you don't know that matter most" <sup>959</sup>, "I KNOW WHO YOU ARE AND I KNOW WHAT YOU'RE DOING" <sup>960</sup>, "Disappear here" <sup>961</sup> (Leitsatz aus *Less Than Zero*) dieselbe aussichtslose Grundstimmung, die alle seine Romane durchzieht, zu erzeugen:

There are also a lot of signifiers that refer to my earlier work. [...] After fourteen years I've changed in some ways but the fictive universe I'm creating really hasn't. The concerns are the same, the themes are the same, the tonality of the writing is the same. <sup>962</sup>

Erlaubt Ellis' alterprobte Intertextualität – Querverweise auf seine eigenen Romane – Rückschluss auf Charakterbildung und mögliche Handlungsmotive? In Anbetracht seines bisherigen Werkes – kaum: Sie ist für Ellis vielmehr ein (literarisch bekanntes) Stilmittel, um seine Texte mit den wiederkehrenden fiktiven Milieus, Leitsätzen und -motiven sowie Wiederholungen von (leicht variierten) Textpassagen im Präsens zu organisieren und zu strukturieren. Mehr noch erinnert Ellis' besondere Art seine Texte – auf einer sprachlichen wie strukturellen Ebene – miteinander zu verweben an die Mechanismen einer Soap-Opera oder anderer populärkultureller Fortsetzungsgeschichten und hat ob dieser Form der Publikumsbindung wiederum einen konsumistischen Nebeneffekt.

Nimmt *American Psycho* wegen seines stilistisch wie inhaltlich radikalen Charakters eine Sonderstellung ein, belegt *Glamorama* Ellis' stilistische Sicherheit und weist klar das satirische Anliegen des Autors aus; wie vermutet reagiert auch dieses Mal die US-amerikanische Kritik sehr zwiespältig: *Glamorama* wird gleich zweimal in der *New York Times* verrissen. <sup>963</sup> Ellis:

Writing fiction is an act of imagination and fantasizing, and it's not relating in prose what you've been doing for the last two or three years. So I'm really shocked when critics get morally outraged at my fiction because they think I'm condoning what's going on. I never come in as the author and say, "Hey, okay. I'm interrupting the narrator here. I'm Bret Easton Ellis, and I'm the author. I'm not Victor Ward, and I want to tell you that he's a real moron and an airhead, and that he's made a lot of bad choices, and I don't really agree with where he's going with his life. Okay? Now we'll go back to the book." And the same is true with *American Psycho*. Because I never step in anywhere and say, "Hey, this is all wrong", people get upset. That's outrageous to me! Who's going to say that serial killing is wrong?! Isn't that a given? There's no need to say that. I already think

<sup>958</sup> Siehe *Glamorama*: Buchrückseitentext.

<sup>959</sup> Ellis, *Glamorama*, 383.

<sup>960</sup> Ebda., 105.

<sup>961</sup> Ebda., 416.

<sup>962</sup> Clarke, Part III, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint3.html>.

<sup>963</sup> Daniel Mendelsohn, "Lesser Than Zero," *The New York Times* January 24, 1999. Vgl. auch Oliver Pfohlmann, "Kamerafahrt in den Irrsinn," *literaturkritik.de: Rezensionsforum für Literatur und für Kulturwissenschaft* 12/1999, 23 November 2001, <https://literaturkritik.de/id/674>.

that I tread the line on being too obvious a satirist at times. It's something that I really wish I could reign in a little bit more ...<sup>964</sup>

Dass Ellis von Anfang seiner literarischen Karriere an eine Satire, die ihrer Zeit und ihrem Thema angepasst war, auch stilistisch unterschiedlich interpretierte, kann nur in einem etwas freieren Umgang mit Literaturkritik verstanden werden: Ellis kritisiert nicht hochintellektuell von einem elitären Standpunkt aus (und mit einem moralischen Anspruch) für ein gebildetes Lesepublikum, sondern er richtet sich *lowbrow*-mäßig unvermittelt mit der Sprache seiner Objektkritik an seine (durchaus junge) Leserschaft. Ellis schreibt und erzählt ausschließlich in der ersten Person, wobei diese Person und ihr Wertesystem auch zugleich das Objekt seiner Kritik sind. Da Ellis seine Texte aus einer ICH-Perspektive heraus gestaltet, fehlt also die auktoriale "kritische" Distanz: Somit platziert Ellis seine Kritik am Objekt, und zwar durch die erschreckende Banalität der Aussagen und Aktionen seiner Protagonisten und Romanfiguren. Diese im Text implizite Kritik kann von den Leserinnen und Lesern nur durch ein Lesen *gegen* die kontinuierliche Wertung der erzählenden Stimme verstanden werden. Und ein intensives Lesen belegt, wie Ellis den Lesenden seiner Texte ihre eigene Oberflächlichkeit oder vielmehr oberflächliche Auseinandersetzung mit dem Gelesenen vor Augen führt. Ganz nebenbei spiegelt Ellis' Art und Weise, eine Gesellschaftssatire zu verfassen, auch ein Phänomen der Zeit wider: Denn im Zeitalter des Hyperkonsumismus, in dem jegliches subversives Potenzial durch Vereinnahmung im Spätkapitalismus sofort "entkräftet" wird, ist es schwierig geworden, Ideologiekritik – Kritik an der herrschenden hyperkonsumistischen Denkweise – zu üben. Bret Easton Ellis' Sichtweise ist dabei – im Gegensatz zur Erwartungshaltung seiner KritikerInnen politisch korrekt zu sein – wenig politisch korrekt und motiviert; Ellis wirkt vielmehr als Seismograf, der die Veränderungen der Zeit mit dem Ideal der Demokratie und dem Interesse des Individuums an der Gemeinschaft aufzeichnet:

I'm not a writer that's [sic] motivated by sympathetic people. I'm not motivated by hope, or glory, by people saving each other at the last minute, by understanding that love is possible, or that kindness exists. It does not make for interesting writing. Fucked up people are much more interesting to write about. [...] I'm a satirist, so I'm interested more in the milieu or in a group of characters. I think I differ from other writers in that – I'm not as interested in the characters themselves, but in how the milieu created them. What their flaws are, why they mess up.<sup>965</sup>

Mit dem Erscheinen von *Glamorama* scheinen erstmals auch in den USA die Berührungängste mit dem Autor abgebaut; Ellis wird ernst genommen und zugleich als zugänglich und "freundlicher"<sup>966</sup> bezeichnet. Sein fünfter Roman scheint eine Art Versöhnung mit dem einstigen literarischen *enfant terrible* der 1980er-Jahre und dem literarischen Establishment herbeizuführen. Der Autor geht mit *Glamorama* erneut auf Pressetour in den USA und nach Europa, wo er ganz besonders gefeiert wird: Denn Bret Easton Ellis ist "in" – allerdings nicht überall: Seit 1995 steht *American Psycho* in Deutschland auf der Liste der jugendgefährdenden Schriften und sollte erst sechs Jahre später von der "BPJS" (Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften) frei gegeben und wieder öffentlich verkauft werden dürfen.<sup>967</sup> Zeitgleich mit *Glamorama* erscheint ein BBC-Dokumentationsvideo mit dem Titel *This is not an Exit: The fictional World of Bret Easton Ellis*<sup>968</sup>: Es ist ein Versuch, den Autor und sein Werk mit nachgespielten Szenen aus seinen

<sup>964</sup> Klein, <https://www.avclub.com/bret-easton-ellis-1798208018>.

<sup>965</sup> Ram Murali, "The Making of An Anti-Hero: An Interview with Bret Easton Ellis," *Dartmouth Review* 21 April 1999: 22–28.

<sup>966</sup> Vgl. Battersby, <http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/irish2-99.html>.

<sup>967</sup> Vgl. Roland Seim und Josef Spiegel, *Der kommentierte Bildband zu 'Ab 18' – zensiert, diskutiert, unterschlagen. Zensur in der deutschen Kulturgeschichte* (Telos-Verlag: Münster, 2001)

<sup>968</sup> *This is Not an Exit: The Fictional World of Bret Easton Ellis*. Director: Gerald Fox. Cast: Rachel Weisz, Dechen Thurman, and Jason Bushman. Videocassette. New York, First Run Pictures, 2000.

Romanen, mit Interviews mit ihm, seinen Kritikerinnen und Kritikern und Freunden sowie mit persönlichem Videomaterial zu erklären; laut Ellis eine gut gemeinte, jedoch fehlgeschlagene Dokumentation. Zwei ausverkaufte Lesungen zu “American Psycho” des deutschen Talkmasters Harald Schmidt Anfang des Jahres 1999 im renommierten Akademie- und Burgtheater in Wien sowie eine Lesetour in Deutschland sorgen für mediales Echo: Rezensionen, Interviews und Hörbilder<sup>969</sup> werden verfasst; der Autor in der breiten Öffentlichkeit honoriert und im Internet unter anderem mit verschiedenen Homepages kultmässig verehrt.<sup>970</sup> Nur in Australien hat Ellis’ Verehrung fast Untergrund-Charakter: Bei seiner Publikation war *American Psycho* im Handel nur in einer Plastikhülle verpackt und mit einem “diamond-enclosed R”-Aufkleber als “medium-level pornography” gekennzeichnet erhältlich; als Abschreckungsmaßnahme sozusagen.<sup>971</sup> Dass *American Psycho* von einer kommerziellen Ausschlichtung nicht verschont bleiben würde, war ob seiner vielen Populärkulturreferenzen und seines expliziten, voyeuristischen Inhalts eigentlich vorherzusehen<sup>972</sup>: Am 14. April 2000 kommt Mary Harrons *American Psycho*<sup>973</sup> ins Kino, begleitend hierzu der Soundtrack und einige Monate später zensurierte und unzensurierte Versionen auf Video und DVD; eine Homepage ([www.americanpsycho.com](http://www.americanpsycho.com)) mit Filmausschnitten, Informationen über Besetzungslisten und der Möglichkeit, Patrick Bateman “zu e-mailen”, ergänzt diese erste kommerzielle Ausschlichtung des Romans. Zur Preisverleihung der “Goldenen Palme” von Cannes an Quentin Tarantino für seinen gewaltträchtigen Kultfilm *Pulp fiction* von 1994 meinte der Kritiker Michael Tyrnauer zu einer möglichen Verfilmung von *American Psycho* damals: “The Tarantino vogue may make Ellis seem like a prescient genius. By the time [American] *Psycho* is in the theaters, the violence of Ellis’s vision may be commonplace, old-hat, acceptable.”<sup>974</sup> Das war dann auch der Fall mit Harrons Filminterpretation, bei der “Gewalt” jedoch fast ganz ausgespart wurde, neun Jahre nach Erscheinen des Romans: Erzählt aus der Perspektive eines Yuppies und Serienmörders, im Kontext sprachlich visualisierter Gewalt und mit einem Gefühl für die Dekadenz der 1980er-Jahre musste der Kinofilm *American Psycho* eine Gratwanderung gehen, um als Film nicht banal zu wirken. Obwohl einige Szenen in diese Richtung hin sehr gelungen sind, schaffte es die Regisseurin Harron nicht, Ellis’ Roman in seiner inhaltlichen wie stilistischen Komplexität umzusetzen. Der Film *American Psycho* bleibt textgetreu insofern als er ausschließlich auf Dialoge und Szenen aus dem Roman zurückgreift und damit auch dessen Oberflächlichkeit mit- bzw. beschreibt; er vermag jedoch nicht die Oberflächlichkeit “spürbar” zu machen, sprich das Zeitgefühl des Hyperkonsumismus authentisch zu transkribieren und das Filmpublikum zu konfrontieren. Wie das Buch stellt der Film eine lose Aneinanderreihung von Szenen mit Patrick Bateman in der Hauptrolle dar, wobei die Anordnung der Szenen im Film einer Erzähllogik zugunsten eines besseren Filmverständnisses folgen. Die Sterilität von Batemans Umgebung und die harten Filmschnitte können zwar eine gewisse emotionale Distanz des Serienmörders zu sich und seiner Umwelt vermitteln, vermögen diese Leere jedoch nicht in den Gesamttext der 1980er-Jahre zu stellen: Es fehlt die

<sup>969</sup> Peter Waldenberger, “Auch in der Hölle gibt es Sterne: Porträt des New Yorker Autors Bret Easton Ellis,” *Tonspuren* (Wien: ORF, *Radio Ö1*, 5/12/1999)

<sup>970</sup> Vgl. die offizielle Website des Autors Bret Easton Ellis [www.breastonellis.com](http://www.breastonellis.com) und *The Bret Easton Ellis Page*, [www.oocities.org/athens/forum/8506](http://www.oocities.org/athens/forum/8506), welche als Fanpage ein Webarchiv mit allen Webinterviews mit Bret Easton Ellis zur Verfügung stellt.

<sup>971</sup> Malcolm Knox, “Censorial deprivation: Malcolm Knox laments the march of the philistines,” *The Sydney Morning Herald* 12 August 2000, <http://old.smh.com.au/news/0008/12/text/spectrum3.html> (404 Not Found).

<sup>972</sup> Vgl. *American Psycho* (Drama): Sigmund Freud vs. Henry Ford. Video. Director: Nelson Henricks. Chicago: Pleasure Dome, 2000.

<sup>973</sup> *American Psycho* (USA: 2000). Released by Lions Gate Films. Director: Mary Harron. Screenplay: Bret Easton Ellis, Mary Harron, and Guinevere Turner. Cast: Christian Bale, Justin Theroux, Josh Lucas. 101 min.

<sup>974</sup> Tyrnauer, 125.

Obsession für Markennamen<sup>975</sup>, für Statussymbole, Drogen, trendige Restaurants und die Rücksichtslosigkeit, die einen solchen Lebensstil begleitet. Der Film hätte auch in dieser Hinsicht “überfüllt” sein müssen. Das Anliegen der Regisseurin “to create a black comedy of the ‘80s”<sup>976</sup> funktioniert nur teilweise: Durch die Überzeichnung von Patrick Bateman wird zwar Situationskomik erzeugt, allerdings fehlen Stilmittel wie der trockene Humor oder die für das Schaffen einer schwarzen Komödie grundlegende Ironie. Harrons Filmversion fehlt vor allem aber die Radikalität des Romans bei der Darstellung von (sozialer) Gewalt im Kontext der 1980er-Jahre. So sollte die dargestellte Gewalt nicht voyeuristisches Interesse wecken, sondern soziale Gewalt spürbar machen. Im Film finden sich hierfür nur Ansätze. Was Harron jedoch gelang, ist die Darstellung von Macho-Yuppies. Auch vermochte die Regisseurin diejenigen Frauen, welche außerhalb des Yuppie-Kreises stehen, wie Batemans Sekretärin Jean und die Prostituierte “Christie”, durch eine starke Charakterzeichnung mit der Kamera im Film aufzuwerten. Diese stark feministische Perspektive ist auch die Stärke des Films. Seine größte Schwäche jedoch liegt in der Darstellung Patrick Batemans – obwohl Bale brilliert – als verbindliche Person, die schlussendlich sogar ihre mörderischen Taten und ihren Wahnsinn zu bereuen scheint und damit fast Opferstatus erreicht: Doch ein Serienmörder hat keine Mitgefühle, sondern nur ein ausgeprägtes Ego wie in Ellis’ Roman. Die Sympathie mit dem Mörder am Ende des Films schwächt Harrons Umsetzung von Ellis’ starker sozialkritischer Anklage der 1980er-Jahre an die unmenschliche Konsumgier und Gleichgültigkeit. Zwei Jahre später erscheint *American Psycho 2: All American Girl*<sup>977</sup>: Ellis’ Romanfigur Patrick Bateman ist Ausgangspunkt für eine weibliche Serienmördergeschichte. 2002 erscheint die Verfilmung von *The Rules of Attraction*<sup>978</sup> von Regisseur Roger Avary in enger Zusammenarbeit mit Ellis.<sup>979</sup> Der Film – eine stilgerechte Romanadaption des porträtierten College-Lebens – bringt Avary, der bis dahin im Schatten seines langjährigen Teamfilmpartners Quentin Tarantino gestanden hat, den Durchbruch. Der gebürtige Kanadier soll auch für die 2004 noch in Produktion befindliche Filmadaption von *Glamorama* verantwortlich zeichnen; für Herbst 2005 ist die Veröffentlichung von Ellis’ sechstem Roman geplant.

---

<sup>975</sup> Die Verwendung gewisser Markennamen in *American Psycho* sei aus rechtlichen Gründen nicht immer möglich gewesen, so *Entertainment Weekly* (EW staff) am 11. Februar 2000 in <https://ew.com/article/2000/02/11/american-psycho>.

<sup>976</sup> Ebda.

<sup>977</sup> *American Psycho II* (USA: 2002). Released by Studio Entertainment Pictures. Director: Morgan J. Freeman. Screenplay: Alex Sanger and Karen Craig. Cast: Mila Kunis, William Shatner, Geraint Wyn Davies. 88 min.

<sup>978</sup> *The Rules of Attraction* (USA: 2002). Released by Kingsgate Films. Director: Roger Avary. Screenplay: Bret Easton Ellis and Roger Avary. Cast: James Van Der Beek, Shannyn Sossamon, Kip Pardue. 110 min.

<sup>979</sup> Vgl. Shulman, <https://www.metroweekly.com/2002/10/the-attractions-of-bret-easton>.

## ***AMERICAN PSYCHO* – Literaturkritik im Zeitalter des Hyperkonsumismus**

Dass sich das Kulturklima geändert hat und Ellis als Schriftsteller ernst genommen wird, zeigt die Tatsache, dass sowohl *Less Than Zero* als auch *American Psycho* heute auf den Leselisten der Universitäten zu finden sind. Es wäre jedoch falsch, den Erfolg Bret Easton Ellis' auf das große Medienecho seiner Romane zurückzuführen. Im Gegenteil – der nötige zeitliche Abstand und der Umbruch ins digitale Zeitalter, reflektiert in der stattgefundenen Grenzverschmelzung zwischen "high" und "low"-Literatur in den 1990ern, – haben zu einem verstärkten Interesse von Seiten der amerikanischen Literaturkritik an *American Psycho* und Bret Easton Ellis' Werk insgesamt geführt. Es ist jedoch vor allem auf die Globalisierung zurückzuführen, dass Ellis' einst typisch amerikanische Themen wie die zunehmende Kommerzialisierung des privaten und öffentlichen Lebens, die Unterwerfung des Einzelnen und seines "freien" Willens unter das Konsum- und Mediendiktat einer hyperkonsumistischen Gesellschaft zu Themen von globaler sozialer Relevanz machen und der Autor mehr denn je übersetzt werden sollte. Das Interesse an Bret Easton Ellis und seinen Werken belegen neben verschiedenen Essays, Diplomarbeiten und einigen wenigen Dissertationen auch ein empfehlenswerter *Reader* von Julian Murphet über *American Psycho* (New York: Continuum Contemporaries, 2002). Für sehr populäre und einflussreiche Romane aus der jüngeren Vergangenheit wird damit eine Art Lese- und Interpretationshilfe zum Textverständnis geboten – auf einfachem, nichtsdestoweniger wissenschaftlichem Niveau.

Der Roman *American Psycho* ist bis heute in der wissenschaftlichen wie nicht-wissenschaftlichen Auseinandersetzung Ausgangs- und/oder Bezugspunkt für Debatten, in denen es um die Rechte und Verantwortlichkeiten im Verlagswesen, um indirekte Zensur (Nicht-Veröffentlichung) von kontroverserem Material, um Freiräume und Grenzen der Kunst in ihrem jeweiligen soziokulturellen Umfeld und um (neue) der Zeit angepasste Maßstäbe bei der Bewertung von Literatur geht.<sup>980</sup> Vor allem jedoch steht *American Psycho* exemplarisch für die Darstellung von Gewalt in der Literatur und ihrer Kontextualisierung in der amerikanischen Kultur: Mit dem begrifflichen Vorzeichen "violence" stellt *American Psycho* heute zwar ein akzeptiertes, wenn auch noch vage definiertes Kapitel in der zeitgenössischen amerikanischen Literatur dar.

Wegbereiterin einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit *American Psycho* war, wie bereits erwähnt, die englische Literatur- und Kulturwissenschaftlerin Elizabeth Young. Neben unterschiedlichen Stellungnahmen in der Mainstream-Presse während und nach der Veröffentlichungskontroverse zugunsten von *American Psycho* hatte sie zusammen mit Graham Caveney die Essaysammlung *Shopping in Space* (1992) veröffentlicht, die ich bis heute als eines der ersten Standardwerke bei der literatur- und kulturwissenschaftlichen Kontextualisierung von Ellis' Werk betrachte. Zudem fanden Young und Caveney eine Form der Kritik, die sich bei den ausgewählten Romanen von Autoren und Autorinnen der 1980er-Jahre wie Jay McInerney, Tama Janowitz, Bret Easton Ellis, Michael Chabon, Lynne Tillman, Joel Rose, David Wojnarowicz, Gary Indiana, Dennis Cooper an ein akademisches wie nicht-akademisches Publikum – und damit auch an deren Leserschaft wandte. Damit vermochten Young und Caveney erstmals auch die in den

---

<sup>980</sup> Vgl. die Ausgabe "Special Feature: Editorial Judgement or Censorship? The Case of 'American Psycho'," *The Writer* 1 May 1991, 20–23.

Texten immanente Populärkultur zu kontextualisieren und methodisch adäquat zu analysieren und zu kritisieren:

In recent years many people have commented on the widening gap between academic literary criticism and the everyday coverage of books in the media. Unfortunately, literary studies in the wake of post-structuralism have become so abstruse that the general reader is very unlikely to read criticism for pleasure. This seems a real loss, particularly as criticism of film, art and popular music has seemed able to retain this general readership without losing the capacity for sophisticated and informed analysis [...] we wanted to write in a way that would alienate neither group. [...] These are novels much concerned with the eternal verities of urban life [...] and we have tried to find a way of writing about them that remains true to their intentions [...] Whilst not denying the insight and interest of much theoretical writing we wanted to put the focus back where it belongs: on the creative artist.<sup>981</sup>

Diesen Weg der Textinterpretation beschritten auch der deutsche Literaturwissenschaftler Horst Steuer und Ursula Voßmann – und dieser Weg soll mit der vorliegenden Arbeit radikalisiert werden. Young beschreibt zunächst die Änderungen im britischen und US-amerikanischen unabhängigen sowie am Mainstream orientierten Verlagswesen in den 1980er-Jahren und widmet in ihrer Essaysammlung zwei Kapitel *Less Than Zero* und ein Kapitel mit dem populären Titel “The Beast in the Jungle, the Figure in the Carpet” *American Psycho*. Ein Vergleich der beiden Romane führt zu Youngs erstmaliger Herausarbeitung von Grundsatzthemen und Leitmotiven in Ellis’ Fiktion. Ellis spezifische Interpretation von *space/place* und *character* in einer postmodernen Kultur lokalisiert Young als des Autors spezifische thematische Anliegen. Letztere Themen wird die englische Kulturforscherin Clare Weissenberg in ihrer ausführlichen Dissertation *This is not an Exit: Reading Bret Easton Ellis* (1997) weiterführen. Neben Elementen des Horrors erkennt auch Elizabeth Young – ähnlich wie die amerikanische Kulturwissenschaftlerin Jane Caputi in ihrem Essay “American Psychos: The Serial Killer in Contemporary Fiction” (1993)<sup>982</sup> – die Popularität von Serienmördernarrativen als Reaktion auf die zunehmende Verdinglichung der spätkapitalistischen Welt. Mit dem Text *Less Than Zero* hatte die englische Literatur- und Kulturwissenschaftlerin Young auch erstmals die darin zitierten Populärkulturtexte wie Filme, Songs, Markennamen und die Medienwelt untersucht; eine Technik, die – wie Horst Steuer in seiner kulturwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit *Less Than Zero* zeigt – grundlegend für ein komplexes Textverständnis von Ellis’ Fiktion ist. Nach der Aufarbeitung der Veröffentlichungsgeschichte von *American Psycho* stellte Young erstmals fest, dass aufgrund der “low quality” der Presserezeptionen ein echtes Romanverständnis fast unmöglich gewesen und der Grund für den Medien-Eklat um *American Psycho* auf Ellis’ Bruch mit dem “dominant literary establishment” zurückzuführen sei; einen Bruch, den Ellis – seit *Less Than Zero* akkreditierter Mainstream-Kultautor – durch seine Darstellung von “sexual violence” in *American Psycho* herbeigeführt habe; darin habe er – gleich wie die Autorinnen und Autoren der Untergrundliteratur – “subversiv” gewirkt: “Ellis had transgressed the unwritten contract, had bitten the hand that fed him, had gone too far”<sup>983</sup>. Grundlegend hierfür war die (durchaus problematische) Einbeziehung der LeserInnen in ein identifizierbares, “hochpostmodernes” Textgeschehen; ein intensives Lesen jedoch belege laut Young Ellis’ konstante Kritik am Text, und zwar durch die angewandten Erzähltechniken einer “high postmodern literature” wie “the unreliable narrator, the lack of closure [...] double-distancing, a refusal to mirror ‘reality’ and a constant examination of the ways in which fiction is ordered.”<sup>984</sup> Sein Werk beurteilt Young schlussendlich als klassischen Text am Ende einer

<sup>981</sup> Young and Caveney in ihrer “Introduction” zu *Shopping in Space*.

<sup>982</sup> Jane Caputi, “American Psychos: The Serial Killer in Contemporary Fiction,” *Journal of American Culture* 16/4 (1993): 101–12.

<sup>983</sup> Young and Caveney, 92.

<sup>984</sup> Ebda., 121.

hochpostmodernen Ära “playing its part in the slow emergence of an American Renaissance that attempts to transcend these fictional games, and re-establish, from deep within consumer culture, other ways of writing fiction and apprehending American society as it approaches the millennium”.<sup>985</sup> In den folgenden zwei Jahren erscheinen erstmals auch in Literaturzeitschriften längere Artikel über *American Psycho*, die neben einer kontinuierlichen Auseinandersetzung mit den verschiedenen Medienreaktionen neue Aspekte von *American Psycho* ans Licht bringen und den Roman nach unterschiedlichen, literaturwissenschaftlichen Positionen bewerten: Martin Schecter setzt sich in “Overkill”<sup>986</sup> kritisch mit dem Schneeballsystem der Mainstream-Presse auseinander, welches ironischerweise den Durchbruch des “verurteilten” Romans brachte, zugleich aber auch die Schwierigkeit der Bewertung von Literatur offensichtlich machte. Schecter beurteilt *American Psycho* als möglicherweise letztes klassisches Kunstwerk, wenn Kunst Maßstäbe zu brechen vermag: “art, as history has defined it, only comes into being when standards are violated. It’s just that, at this date, we’re nearing the end of our taboos. [... *American Psycho* is] the last art which can be called original. If this is juvenilia, I’d hate to see the adult version.”<sup>987</sup> Jane Caputi Essay “American Psychos: The Serial Killer in Contemporary Fiction” (1993) – der ein Jahr vor seiner Veröffentlichung mit dem Kathleen Gregory Klein Preis der *Popular/American Studies Association* für die beste unpublizierte feministische Kritik ausgezeichnet wurde – sieht das Phänomen “Serienmord” erstmals als Metapher für Konsumismus: “A corporate consumerist society is inherently ravenous, devouring natural resources and ever insatiable for new mass-produced goods.”<sup>988</sup> Der Ökofeministin Caputi zufolge spiegeln Serienmördernarrative durch den implizierten Konsumexzess einer patriarchalisch-kapitalistischen Industriegesellschaft die gesellschaftliche Duldung der Zerstörung und Vergewaltigung von Frau und Natur wider. Die Kulturwissenschaftlerin steht *American Psycho* sehr kritisch gegenüber, gesteht Ellis jedoch zu, mit seinem Text keine standardisierte Mythisierung des Serienmörders produziert, sondern durchaus verschiedene Verherrlichungsaspekte von Serienmördernarrativen “dekonstruiert” zu haben; allerdings fehle eine grundsätzliche gesellschaftspolitische Analyse von Ursprung und Verhalten des Serienmörders im Werk, was dieses wiederum zu “femicidal pornography” mache: “The novel offers an accurate, if partial, critique of the serial killer as the product of U.S. American consumer ideologies and class hierarchies. Yet, at the same time, the novel ignores any gender analysis of the origins or behaviors of the serial killer and becomes itself a work of femicidal pornography.”<sup>989</sup> Thomas Irmer publiziert im selben Jahr ein Essay über “Bret Easton Ellis’s ‘American Psycho’ and Its Submerged References to the 1960s”<sup>990</sup>. Darin fordert er eine Interpretation der in *American Psycho* porträtierten Gewalt und sexuellen Aggression in ihrem soziokulturellen Kontext und vermag somit als einer der ersten, wenigen Literaturwissenschaftler den Wert von *American Psycho* als literarisches Kulturdokument zu erkennen:

His [*American Psycho*’s] actual meaning represents social violence which returns as sexual aggression from deep-rooted repressions that once were liberated during the 1960s. This relation of underlying and open estrangement from the 1960s is an important feature of the changes in American culture during the last decade and it is important for an understanding of Ellis’s novel. Therefore only a superficial reading of *American Psycho* denounces it as mere pornography or – less scathing – as a failed allegory of a moralist’s attitude on his own society.<sup>991</sup>

---

<sup>985</sup> Ebda., 122.

<sup>986</sup> Martin Schecter, “Overkill,” *Collages and Bricollages: The Journal of International Writing* 6 (1992): 57–62.

<sup>987</sup> Ebda., 60.

<sup>988</sup> Caputi (1993), 102.

<sup>989</sup> Ebda., 103.

<sup>990</sup> Irmer, 349–56.

<sup>991</sup> Ebda., 355.



Im Vergleich mit anderen Romanen der Schriftstellergeneration der 1980er-Jahre würden laut Irmer die gegenwärtigen Veränderungen in der amerikanischen Kultur von diesen Literaturschaffenden aus einer "regionalistischen" Alltagsperspektive [gleich wie in einem Gesellschaftsroman über eine bestimmte Schicht] dokumentiert werden.<sup>992</sup> In *American Psycho* gehe es nur mehr um das materielle Streben nach Wohlstand und Luxus: Die Gesellschaft der 1980er-Jahre stelle das Resultat der 1960er-Jahre dar mit dem verwirklichten Ideal der "Freiheit", allerdings in einem Gesellschaftsliberalismus, der in seiner Umgebung auf Indifferenz stößt und keine Regeln mehr kennt und auch die totale Entfremdung von den Idealen der 1960er-Jahre dokumentiert.<sup>993</sup> Robert Zaller spielt in seinem Essay "*American Psycho, American Censorship, and the Dahmer Case*"<sup>994</sup> unterschiedliche Szenarien der Veröffentlichungskontroverse und deren Image schädigende Wirkung auf Ellis' "accomplished postmodernist performance"<sup>995</sup> durch. Zaller belegt – im Vergleich zum Medienecho des zeitgleich laufenden "echten" Serienmörderfalles Jeffrey Dahmer<sup>996</sup> – eine Überreaktion der KritikerInnen auf *American Psycho*. Für Zaller ist der Roman *American Psycho* durchaus von einem Autor mit einer Moralvorstellung geschrieben worden; jedoch dürfe diese in der Fiktion selbst – gerade, weil es sich um eine Fiktion handle – nicht konsolidierend wirken:<sup>997</sup> "It [fiction's prerogative] says much to the contraction of politics and the failure of radical nerve in this country that we should be moved to denounce, on mere grounds of squeamishness and bad taste; a work whose true subversiveness we refuse to engage and dare not admit."<sup>998</sup> 1994 erscheint Laura Tanners marxistische Auseinandersetzung mit *American Psycho* im Vergleich mit Hubert Selbys *Last Exit to Brooklyn* in Buchform. *Intimate Violence: Reading Rape and Torture in Twentieth-Century Fiction*<sup>999</sup> ist die Aufforderung der Autorin an ihre LeserInnen, *American Psycho* "critically, skeptically, oppositionally"<sup>1000</sup> zu lesen: "Having bought a way into Ellis's fictional world, the reader is caught up in a process of consumption both painful and slow; in taking in the novel, the reader appears less consumer than consumed."<sup>1001</sup> Tanners Kritik an *American Psycho* ist grundsätzlich negativ und muss als Gegenkonzept zur Zensur gelesen werden: Nur die Konfrontation mit dem Werk selbst könne die Grenzüberschreitung (Verwicklung und Einbindung der Leserinnen und Leser) auch wirklich erfahrbar machen; erst danach könne eine echte Analyse erfolgen, um letztendlich die – so Tanner – erforderliche "opposition"<sup>1002</sup> zum Text zu beziehen. Nichtsdestoweniger kann *American Psycho* laut Tanner auch als "critique of the dangers of '80s capitalism"<sup>1003</sup> gesehen werden, "[it] suggests that not only the john but any powerful capitalist manipulates and violates bodies in the process of buying and selling".<sup>1004</sup>

---

<sup>992</sup> Vgl. ebda 350–51.

<sup>993</sup> Irmers Überlegungen zu den Werten der 1960er-Jahre weitergeführt von Ursula Voßmann 144–45.

<sup>994</sup> Zaller, 317–25.

<sup>995</sup> Ebda., 320.

<sup>996</sup> Siehe den Eintrag zum Thema SERIENMORD (Jeffrey Dahmer) in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>997</sup> Ebda., 324.

<sup>998</sup> Ebda., 325.

<sup>999</sup> Laura Tanner. *Intimate Violence: Reading Rape and Torture in Twentieth-Century Fiction* (Indianapolis: Indiana UP, 1994)

<sup>1000</sup> Ebda., 114.

<sup>1001</sup> Ebda., 112.

<sup>1002</sup> Ebda., 97.

<sup>1003</sup> Ebda.

<sup>1004</sup> Ebda.

Ab Mitte der 1990er-Jahre erscheinen nun weltweit zunehmend, neben einigen publizierten Fachartikeln<sup>1005</sup>, Diplomarbeiten<sup>1006</sup> und vereinzelte Dissertationen, die sich mit “Bret Easton Ellis” im Vergleich mit anderen Autorinnen und Autoren, mit *Less Than Zero* oder mit *American Psycho* im Vergleich mit anderen Romanen auseinandersetzen bzw. einzelne Aspekte von *American Psycho* sowie das Romanwerk als Ganzes diskutieren. Folgende Dissertationen schienen mir in der Auseinandersetzung mit *American Psycho* bedeutend: In seiner (post)strukturalistisch begründeten Dissertation mit dem Titel “Epistemic structuralism in the postmodern novel: the examples of William Gaddis, J.G. Ballard, and Bret Easton Ellis”<sup>1007</sup> aus dem Jahr 1993 sollte Stephen W. Busonik *American Psycho* erstmals ein Kapitel widmen. Busonik setzt sich neben dem Medienecho und (kommerziellen) Erfolg von *American Psycho* vor allem hochtheoretisch über das entworfene Konzept eines “epistemic structuralism”<sup>1008</sup>, dieser untersucht inwieweit das Wesen der Dinge zu sich selbst und zur Außenwelt stehen, mit den strukturellen Ausprägungen von “Konsumismus” und inwieweit dieser ein psychotisches Verhalten evoziert auseinander.<sup>1009</sup> Auf der Basis von Michel Foucaults Erkenntnistheorie behauptet Busonik, dass das Denkschema “money confers value” als Verhaltensmuster den amerikanischen Alltag beherrsche und bespricht, inwieweit *American Psycho* im Vergleich mit zeitgenössischen Beispielen aus der britischen und US-amerikanischen Literatur diese Behauptung widerspiegle bzw. damit breche.<sup>1010</sup> Obwohl Busonik *American Psycho* ob seines fehlenden moralischen Rahmenwerks und der dargestellten “Pornografie” – im Zeitalter des Spätkapitalismus und seiner Vereinnahmung von jeglicher Ideologiekritik – als “radical critique of epistemic structuralism”<sup>1011</sup> erkennt, kann er die Existenz der Kritik schlussendlich nicht rechtfertigen; dies begründet Busonik mit dem Prozess des “engaged reading”<sup>1012</sup>, mit Ellis’ Vermögen, die Leserinnen und Leser unkritisch in ein oberflächlich gestaltetes Geschehen einzubeziehen. In *Novel Controversies: Public Discussions of Censorship and Social Change*<sup>1013</sup> untersucht Rosa A. Eberly wie Romane wie James Joyces *Ulysses*, Henry Millers *Tropic of Cancer*, Bret Easton Ellis’ *American Psycho* und Andrea Dworkins *Mercy* eine öffentliche Auseinandersetzung mit Literatur in den USA gefördert hatten: Dazu bewertete die Autorin die öffentlichen, in der Mainstream-Presse geäußerten kritischen Stimmen von tatsächlichen Leserinnen und Lesern der genannten Romane (bei *American Psycho* waren dies etwa 60 Artikel zwischen den ersten Romanauszügen im Oktober 1990 und April 1991). Eberlys Interesse galt dabei nicht der individuellen Textkritik und -interpretation in Bezug auf die einzelnen Romane, sondern den allgemeinen, übergreifend feststellbaren

<sup>1005</sup> Ruth Helyer, “Parodied to Death: The Post-Modern Gothic of American Psycho,” *Modern Fiction Studies* 46:3 (2000): 725–46. Vgl. auch den Vortrag von Marek Jedlinski “*American Psycho*: A New Diagnosis” für die *Polish Association of American Studies Conference* in Poznan, Oktober 1995: Mit einer alternativen Lektüre von *American Psycho* als “a valid work of art” sollte sich Jedlinski als einer der ersten außerhalb der USA für eine “Rehabilitierung” von Ellis’ umstrittenem Roman einsetzen.

<sup>1006</sup> Vgl. unter anderem Randal Sean Harrison, “A Bird out of Season’: The Question of Obscenity in Bret Easton Ellis’s *American Psycho*,” Master Thesis, San Diego State University, 2000. Harrison’s Untersuchung ist eine wertvolle, wenn auch eher konservative Auseinandersetzung mit den Brennpunkten “Obszönität” und “Zensur” anhand des Beispiels von *American Psycho*. Vgl. auch Matthias Pflaum, *Die zweite Hälfte der achtziger und die frühen neunziger Jahre: Aufbruch einer jungen Generation von nordamerikanischen Autoren und Autorinnen in ein postfiktionales Zeitalter, das eine posthumane Welt beschreiben will*, Magisterarbeit, Universität Erlangen-Nürnberg, 1994. Vgl. Patricia Baum, *Die Stadt New York im amerikanischen Roman: Darstellung und Vergleich von vier Werken*, Magisterarbeit, Universität Erlangen-Nürnberg, 1998. Vgl. Markus Belina, *It could happen to you: The radical critique of late capitalism, yuppie conformism and existentialism in Bret Easton Ellis’s novel American Psycho*. Diplomarbeit, Universität Graz, 2002.

<sup>1007</sup> Stephen W. Busonik, *Epistemic structuralism in the postmodern novel: the examples of William Gaddis, J. G. Ballard, and Bret Easton Ellis*, Dissertation Ohio State University, 1993 (Ann Arbor: UMI, 1994)

<sup>1008</sup> Ebda., 17.

<sup>1009</sup> Ebda., 246.

<sup>1010</sup> Ebda., 17 ff. und 219–55.

<sup>1011</sup> Ebda., 225

<sup>1012</sup> Ebda.

<sup>1013</sup> Rosa A. Eberly, *Novel Controversies: Public Discussions of Censorship and Social Change*. Dissertation Pennsylvania State University Press, 1994 (Ann Arbor: UMI, 1995)

Urteilspraktiken ihrer KritikerInnen. Und sie stellt in Bezug auf *American Psycho* fest, dass Ellis' Roman nicht nur "wider public attention than any novel in recent memory"<sup>1014</sup> erhalten hatte, sondern interpretiert fälschlicherweise die geäußerten Meinungen als repräsentativ für eine breit getätigte Auseinandersetzung mit *American Psycho*. Alle nachfolgenden Auseinandersetzungen mit Ellis' Roman sowie die vorliegende Arbeit belegen jedoch die mangelhafte, für ein komplexes Textverständnis aber grundlegende Auseinandersetzung dieser ersten KritikerInnen mit *American Psycho* in seinem soziokulturellen Kontext.

Zeitgleich (1995) erscheint im deutschsprachigen Raum *Der Schein und das Nichts* von Horst Steur. Es ist das erste Standardwerk über *Less Than Zero* und über Bret Easton Ellis' Entwicklung als Autor bis zur Veröffentlichung von *American Psycho*; den letzten Roman beurteilt Steur übrigens mit folgendem Satz: "American Psycho zeichnet nicht nur ein radikal desillusionierendes und schreckenerregendes Bild der Realität, sondern der Roman bedient auch voyeuristische Leserbedürfnisse und trägt somit zur Entmenschlichung bei."<sup>1015</sup> Diese Feststellung bedarf meiner Meinung nach einer Differenzierung – bei der Beurteilung des Voyeurismus als (kritische) Strategie des Autors, bei der Festlegung der Rolle der Leserinnen und Leser als aktiv und eigenverantwortlich und bei der Untersuchung des Textes (es handelt sich um einen Populärkulturtext im Zeitalter des Hyperkonsumismus) als Porträt und damit auch Produkt einer "desensibilisierten", hyperkonsumistischen Gesellschaft; Standpunkte, die mit vorliegender Arbeit unter anderem auch belegt werden.

Die nachfolgenden Auseinandersetzungen mit *American Psycho* nehmen nun einen stärker kulturwissenschaftlichen<sup>1016</sup>, aber auch literaturkritischen Charakter an. Nach einem ersten Fachartikel von Nancy Applegate 1995<sup>1017</sup> führt ihr Mann Joe Applegate seine Auseinandersetzung mit Ellis' Roman in seiner 1996 erschienenen Dissertation mit dem Titel *The Serial Killer as Postmodern Anti-Hero and Harbinger of Apocalypse in Contemporary Literature and Life*<sup>1018</sup> fort: Zwischen Ablehnung und Anerkennung bei der Beurteilung von Ellis' Roman macht Applegate des Autors Leistung in der Darstellung einer "postmodernen" (hyperkonsumistischen) Gesellschaft fest, deren Porträt in *American Psycho* Vorzeichen und Kritik einer erschreckenden, amerikanischen (globalen) Entwicklung zugleich ist. Kulturwissenschaftlicher Experte im Bereich der Serienmördernarrative jedoch ist David F. Schmid, Lehrbeauftragter an der University of Buffalo in New York. Seit den 1990er-Jahren beschäftigt sich Schmid mit dem Serienmörder als Phänomen und seiner Verherrlichung in der Populärkultur; ein Jahr vor Joe Applegate hatte Schmid mit *Mad, Bad, and Dangerous to Know: Serial Murder and Contemporary American Culture*<sup>1019</sup> die erste Dissertation über Serienmörder in der Populärkultur veröffentlicht:

This project provides a symptomatic reading of American society's fascination with serial murder, and examines the pernicious consequences of the cult of celebrity that surrounds the serial killer. It includes chapters on Jack the Ripper, the F.B.I., true crime books, serial killer movies, Thomas Harris, and Bret

---

<sup>1014</sup> Ebda., 151.

<sup>1015</sup> Steur, 28.

<sup>1016</sup> Vgl. hier beispielsweise die Dissertation von Charles Anderson Goldthwaite, Jr., *The Magic Carpet Ride: The Evolution of Rock 'n' Roll in American Prose Literature*, Dissertation U of Virginia, 2003. Goldthwaite untersuchte darin die Auswirkungen von Rhetorik, Rhythmus und Praktiken von Rockmusik auf bestimmte Werke der US-amerikanischen Literatur, unter anderem bei *American Psycho*.

<sup>1017</sup> Nancy and Joe Applegate, "Prophet or Pornographer: An Evaluation of Black Humor in 'American Psycho'," *Notes on Contemporary Literature* 25.8 (January 1995): 10–12.

<sup>1018</sup> Joseph B. Applegate, *The Serial Killer as Postmodern Anti-Hero and Harbinger of Apocalypse in Contemporary Literature and Life*, Dissertation Florida State University, 1996 (Ann Arbor: UMI, 1996)

<sup>1019</sup> David F. Schmid, *Mad, Bad, and Dangerous to Know: Serial Murder and Contemporary American Culture*, Dissertation Stanford University, 1995. Vgl. auch Philip L. Simpson, *Psycho Paths: Tracking the Serial Killer Through Contemporary American Film and Fiction*, Dissertation U of Southern Illinois, 2000 (Carbondale: SIU, 2000)

Easton Ellis. I conclude the study by arguing that the attention of the American public needs to be refocused on other forms of violence [e.g., domestic violence] that, numerically speaking, are far more serious than serial murder, but which are seen as less ‘mediagenic’.<sup>1020</sup>

In dem Paper und späteren Arbeitskapitel seiner Dissertation “Surface Tension: The Representation of Serial Murder in Bret Easton Ellis’s *American Psycho*”<sup>1021</sup> setzt sich Schmid mit der Form der Kritik an *American Psycho* – einem “deviant ‘cultural’ product”<sup>1022</sup>, dem vorneweg vorurteilsbeladen begegnet worden sei – auseinander. Ausgangspunkt für Schmid ist folgende Feststellung des US-amerikanischen Autors und Professors Francis G. Couvares:

Works that provoke a strong response from a variety of audiences that trigger contentious interactions among producers, reformers, politicians, protestors and boycotters cannot be taken for granted, because they reveal what is at stake whenever people at a given time in a given social setting negotiate the boundaries of what may be said and heard, or shown and seen.<sup>1023</sup>

Schmids Auseinandersetzung zielt nicht auf eine vereinfachende, verteidigende oder verurteilende Betrachtung von *American Psycho* hin; vielmehr will Schmid eine Form der Kritik finden, welche die Komplexität von Ellis’ Textintention berücksichtigt und zugleich seine Methodik und das Ergebnis problematisiert. Schmids Beschäftigung mit *American Psycho* ist in ihrer kritischen Auseinandersetzung mit allen Aspekten von Ellis’ Werk und in ihrer Antwort auf Rezensionen feministischer, (post-)strukturalistischer, marxistischer usw. – ideologisch unterschiedlicher – Art sehr komplex. Laut Schmid brauche *American Psycho* eine politisch-engagierte Kritik, welche die künstliche Trennung zwischen Verteidigung und Verurteilung vermeidet und eine Analyse bewirkt, worin weder das Überschreiten von Grenzen (*transgression*) verherrlicht noch die Begriffe der Kritik automatisch von einer rechtsgerichteten politischen Korrektheit vereinnahmt werden.<sup>1024</sup> Schmid:

– the greatest danger we face is implying that representation can be divorced from social context, that we can discuss *any* representation of serial murder without also discussing how that representation functions on a multitude of discursive and social levels. . . . To separate representation and social context can only lead to an aestheticizing mystification of serial murder (and of other deviant cultural phenomena/products/texts) that suggests it is something other than the action of a sick individual, that it is produced in the same way as other representations are, and politically-engaged cultural criticism can begin the process of demystification by producing an account of serial murder that suggests it is something other than the action of a sick individual, that it is *produced* in the same way as other representations are produced and that, crucially, intervention in this production is possible.<sup>1025</sup>

Somit muss der Serienmördertext (als Produkt der porträtierten Gesellschaft) in seinem kulturellen Kontext betrachtet werden, wobei – wie die vorliegende Arbeit belegt – sowohl der Text als auch sein Kontext aus der amerikanischen Populärkultur stammen. Da sich Ellis bei der Auswahl seines Materials ausschließlich auf Texte aus der amerikanischen Populärkultur der 1980er-Jahre gestützt hat, kann der Autor – meiner Meinung nach – nur im Hinblick auf die Auswahl seines Textmaterials kritisiert werden.

The quality of Ellis’s text is its ability to trouble due to a critical strategy, which at the same time couldn’t – as the whole controversy has shown – be taken hold of us and thus be beraved of its subversive potential by

---

<sup>1020</sup> Ebda einfürend.

<sup>1021</sup> David F. Schmid, “Surface Tension: The Representation of Serial Murder in Bret Easton Ellis’s *American Psycho*,” Paper und Arbeitskapitel seiner späteren Dissertation an der Stanford University, 66–93.

<sup>1022</sup> Schmid, 66 ff.

<sup>1023</sup> Ebda., 67.

<sup>1024</sup> Ebda., 67 ff.

<sup>1025</sup> Schmid, 80.

the dominant ideology. With a popular culture text in the age of late-capitalism – where subversion and nonconformism are immediately being turned into mainstream and conformism – Ellis could avoid being submitted to this powerful strategy. As such, the text could also follow Roland Barthes' advice that the 'new critique' should not judge but instead talk about the language—in the sense of offensively attacking the languages, being subscribed to the different roles in society.<sup>1026</sup>

Mit der formalen Umsetzung des Textes als sprachlich visualisiertem Film vermochte Ellis die Sprache des Hyperkonsumismus zu sprechen und diesen mittels Position der Leserin (Zuseherin) bzw. des Lesers (Zusehers) zu kritisieren. Dieser politische und radikale Sprengstoff – die Unfähigkeit mit dieser Form von Gesellschaftskritik umzugehen – hat auch die Art der Kontroverse des Textes belegt, wo es nur darum ging, *American Psycho* in seiner literarischen Qualität zu diffamieren, ohne den Roman jedoch in seinem kulturellen Kontext zu betrachten.

Es sollte Clare Weissenberg sein, die als erste David Schmidts Forderung nach einer neuen Form der Kritik bzgl. Bret Easton Ellis' Werk in einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung nachkommt und in einer bis dahin außergewöhnlichen *close reading*-Analyse von *American Psycho* und mittels "a reflexive critical practice"<sup>1027</sup> den innovativen und zugleich experimentellen Charakter von *American Psycho* aufzeigt. Ausgangspunkt von Weissenbergs Dissertation *This is not an Exit: Reading Bret Easton Ellis* war eine sehr ausführliche Beschäftigung mit der erschienenen Medien- und Literaturkritik von *Less Than Zero* und *American Psycho*, mit dem Ziel einer "intervention in the varied response to his writing, resisting evident distortions"<sup>1028</sup>. Über den Vergleich mit anderen Formen experimenteller amerikanischer Narrative sollte Weissenberg neben einer Vertiefung der angesprochenen Problemaspekte von *American Psycho* dieselben auch literarisch zu kontextualisieren vermögen:

Thus it has been proposed as a fiction which is neither merely a documentation of bratpack *ennui* and depravity, nor written as a diatribe against women, in order to sensationalise violence and pornography for financial gain. Such accusations [...] have been frequently made in relation to Ellis's work. [...] On the contrary, [...] a more careful reading of these novels reveals their inquiring participation in certain key literary, cultural, and ideological debates. It proposes that his work embodies a significant reflexive practice, of which the aspects of place, character, and violence [...] are particular sites.<sup>1029</sup>

Die kontinuierliche Gegenüberstellung von Ellis' Fiktion mit früheren amerikanischen Werken belegt eine Anhäufung von experimentellen Erzählelementen in Ellis' Fiktion, welche bei den Leserinnen und Lesern "senses of alienation and destabilization"<sup>1030</sup> erzeugen würden: Ursachen hierfür seien laut Weissenberg die Konfrontation mit der dargestellten Gewalt und eine *destabilisation*, eine Verstörung, die auf eine enttäuschte Erwartungshaltung bei der Darstellung von Schlüsselbereichen in der amerikanischen Literatur – wie *place* und *character* – zurückzuführen sei; diese Verstörung sei Ellis in *American Psycho* mittels Manipulation und Subversion, Aspekten des literarischen Realismus und des Hochpostmodernismus, gelungen.<sup>1031</sup> Ellis' Konfrontation damit in *American Psycho* provoziere bei den Leserinnen und Lesern wiederum "a reflexive reading activity"<sup>1032</sup>:

---

<sup>1026</sup> Persönliches Gespräch mit Randal Sean Harrison an der San Diego State University am 13. Oktober 1998 über seine spätere Master-Thesis "'A Bird out of Season': The Question of Obscenity in Bret Easton Ellis' *American Psycho*" (2000). Vgl. Roland Barthes, *Kritik und Wahrheit* (Frankfurt a/M: Suhrkamp, 1967) 23 ff.

<sup>1027</sup> Weissenberg, introduction.

<sup>1028</sup> Ebda.

<sup>1029</sup> Weissenberg, 229.

<sup>1030</sup> Ebda.

<sup>1031</sup> Weissenberg, 328.

<sup>1032</sup> Ebda.

The destabilisation produced by such narrative as Ellis writes, engages upon a fundamental level with such concepts of violence, gothicism and more general forms of experimental narrative, and it becomes the defining character of his work. The reader's role in relation to Ellis's narrative becomes confrontational and, thus, highly reflective. [...] the contentious depiction of violence is the extreme to which this reflexive technique is taken in Ellis's work, in line with other fiction which confronts increasing evidence of issues of violence in history, society and culture. These are the examples of the meta-levels of commentary [...] upon the way in which American culture now formulates and manipulates representations of violence.<sup>1033</sup>

Nach Weissenberg belegt auch eine vergleichende Auseinandersetzung mit Ellis' erstem Roman, *Less Than Zero*, und seinem dritten, *American Psycho*, Letzteren als logische Folge ("sequence") und gleichzeitigen Höhepunkt ("culmination") von *Less Than Zero* sowie Ellis' Vorliebe für das Groteske.<sup>1034</sup> Die ausgewählten Romane für den Vergleich mit Ellis' Fiktion – Romane von Fjodor Dostojewsky bis Pickney Benedict (von insgesamt 50 internationalen Autorinnen und Autoren) – wurden von Weissenberg in einer Art "line of descent" bis zur besonderen Gewaltintensität in *American Psycho* dargestellt, wodurch der Innovationscharakter von *American Psycho* evident werden sollte: "the extreme destabilisation in Ellis's fiction is an indicator of the level of innovation which his work has attained."<sup>1035</sup> Mittels extremer Verstörung – so Weissenberg – vermochte Ellis die dominierende amerikanische Kulturideologie zu hinterfragen, diese zugleich jedoch mit ihrer "chaotischen und gewalttätigen" Vergangenheit "unangenehm" zu verbinden und damit den Weg für Diskussionen zu ebnet:<sup>1036</sup>

Ellis's fiction is intended to offer real advances beyond the stalled nature of many more familiar discursive formations. There is the potential here to measure out distance from the 'grand narratives' of modernity, and to welcome diversity, without falling into the sheer antinomianism of much high postmodernist expression. There is also the potential to warn of present and future threats to human wellbeing, without falling into vistas of dystopia, be they of a reactionary, cynical, or apocalyptic nature.<sup>1037</sup>

Sehr erwähnenswert und jegliche Diskussion bereichernd scheint mir in diesem Sinne auch Ben Walkers Paper "Extremes and Radicalism in the Postmodern and the Popular: A Study of Transgression in Bret Easton Ellis's *American Psycho*"<sup>1038</sup>: Auf der Grundlage von Michel Foucaults und George Batailles Theorien zur *transgression* und Exzess sowie dem Aufbrechen des *low/high* Paradigmas im klassischen (modernen) Kultur- und Kritikverständnis untersucht Walker, inwieweit *American Psycho* (und auch die Romane von Stephen King) ein "Transgressionspotenzial" besäßen. Walker stellt fest, dass die beiden traditionellen Theorien zur Feststellung eines "grenzüberschreitenden" Textes dafür nicht ausreichen würden – genau so, wie die Existenz von explizitem Material einen Text nicht automatisch transgressiv macht: "The case of Bret Easton Ellis's *American Psycho* illustrates how transgressive potential is dependent on by whom, and toward what ends texts are used, seen and read"<sup>1039</sup>. So würde das *high/low* Kulturparadigma – entgegen den Annahmen – auch in einer postmodernen Ära weiter existieren.<sup>1040</sup> In einem solchen Kontext wiederum würde der Roman automatisch in ein Genre gesteckt und als vermarktbare Produkt klassifiziert (und damit auch vereinnahmt) werden, was sich wiederum bedeutend auf die dem Text innewohnende Dynamik der

<sup>1033</sup> Ebda.

<sup>1034</sup> Weissenberg, 329 ff.

<sup>1035</sup> Ebda., 329.

<sup>1036</sup> Ebda., 343 f.

<sup>1037</sup> Ebda., 344.

<sup>1038</sup> Ben Walker, "Extremes and Radicalism in the Postmodern and the Popular: A Study of Transgression in Bret Easton Ellis's *American Psycho*," *The Bakhtin Center*, 9 September 1998, Paper available at Department of English Literature. U of Sheffield, 1998.

<sup>1039</sup> Ebda., 26.

<sup>1040</sup> Ebda., 27 ff.

Grenzüberschreitung auswirken würde. Somit sei in der “transgression” durchaus ein politischer Nutzen impliziert, der in seinen Folgen jedoch nicht allein durch den Autor kontrollierbar sei. Letztes Bindeglied bei der Feststellung des Transgressionspotenzials eines “extremen” Textes sei – richtigerweise – die Leserin bzw. der Leser selbst.<sup>1041</sup> Nach Clare Weissenberg jedoch hätte die Diskussion über *American Psycho* bisher eine unpolitische Komplizenschaft – “the reader-as-accomplice” – zu belegen versucht: “The reader of course cannot be treated as a singular subject, but the discussion has attempted, in terms of complicity, to differentiate between the responses of the critical and non-critical”<sup>1042</sup>; Weissenberg hatte mit dieser Feststellung einen neuen Diskussionsinhalt eingebracht. Die bekannte Professorin für Literatur und Frauenstudien an der University of California, Santa Cruz, Carla Freccero, wiederum sollte sich 1996 in ihrem Essay “Historical Violence, Censorship, and the Serial Killer: The Case of *American Psycho*”<sup>1043</sup> neben Weissenberg als eine der ersten mit der in *American Psycho* porträtierten Gewalt in ihrem kulturellen Umfeld auseinandersetzen. Angesichts des zur Zeit der Veröffentlichung des Romans stattfindenden Kulturkampfes in den USA und der Kontroverse, welche Ellis aufgrund der fehlenden Erklärung für die Existenz seiner Serienmörderfigur und der damit nicht festzumachenden Ursache für das Böse ausgelöst hat, schreibt Freccero:

What the critics and censors have done, [...] is to denounce a symptomatology – antihumanism, or rather the total negation of humanism – in despair of ever being able to locate a cause, at least in this serial killer. The violence of history, its transitivity, its temporality, may be ungraspable as such, [...] but in figuring that violence as a handsome, successful, upper-middle-class white male serial killer – an individual – and then refusing to confer upon that American icon of the serial killer an inner truth that would explain the cause of evil, that would provide some sort of moral accountability for that evil – Ellis responds to what Mailer argues is our postmodern condition: ‘Art is no longer the great love who is wise, witty, strengthening, tender, wholesomely passionate, secure, life-giving [...] we are far beyond that moral universe – art has now become our need to be terrified. We live in the fear that we are destroying the universe, even as we mine deeper into its secrets. So art may be needed now to provide us with just those fearful insights that the uneasy complacencies of our leaders do their best to avoid.’<sup>1044</sup>

Indem Patrick Bateman bis zum Ende von *American Psycho* nicht als Serienmörder erkannt und verurteilt wird, vermag Ellis – belegt Freccero – die Fortsetzung des Gewaltzyklus zu implizieren: “In doing so, Ellis refuses us a consoling fantasy, a fetish for our disavowals; instead he returns us to that history, to the violence of historicity and to the historicity of violence.”<sup>1045</sup> Was Carla Freccero mit ihrem mittlerweile berühmten Essay über die porträtierte Gewalt bereits vorweggenommen hatte, sollte Ursula Voßmann in *Paradise Dreamed: Die Hölle der 80er Jahre in Bret Easton Elliss’ Roman ‘American Psycho’* (2000) erstmals genauer untersuchen. In ihrer Magisterarbeit, die als “Lesehilfe für das Verständnis des Romans”<sup>1046</sup> konzipiert ist und die Anerkennung von *American Psycho* als ein “literarisches Kunstwerk seiner Zeit”<sup>1047</sup> zum Ziel hat, prüfte Voßmann “inwieweit *American Psycho* amerikanische Realität spiegelt bzw. vorwegnimmt”<sup>1048</sup>. Neben einem kurzen Abriss zur Publikations- und Rezeptionsgeschichte und seinem unmittelbaren literaturgeschichtlichen Umfeld – dem “Literary Brat Pack” – begibt sich Ursula Voßmann in eine

---

<sup>1041</sup> Ebda., 29.

<sup>1042</sup> Weissenberg, 330.

<sup>1043</sup> Carla Freccero, “Historical Violence, Censorship, and the Serial Killer: The Case of *American Psycho*,” *Diacritics* 27.2 (1996): 44–58.

<sup>1044</sup> Freccero, 56.

<sup>1045</sup> Ebda.

<sup>1046</sup> Voßmann, 18.

<sup>1047</sup> Ebda., 19.

<sup>1048</sup> Ebda., 18.

“textimmanente Analyse”<sup>1049</sup>, um in klar strukturierten Kurzkapiteln verschiedene Fragestellungen zu den eingesetzten “Stilmitteln und Rahmenbedingungen”<sup>1050</sup> sowie zu Patrick Batemans Authentizität als Serienmörder und archetypischem Amerikaner<sup>1051</sup> herauszuarbeiten: Es sind formale und inhaltliche Aspekte, die sich – ob der *close reading*-Analyse – durchaus auch mit Weissenberg und der vorliegenden Arbeit treffen. Voßmann verweist auf den humoristischen Grundton in *American Psycho*, erkennt die oberflächlichen Charakterzeichnungen als Stilmittel Ellis’ sowie eine Identifikationsstrategie mit dem Serienmörderprotagonisten, die in der vorliegenden Arbeit selbst zur radikalen *first hand*-Analyse einer hyperkonsumistischen Lektüre wird: Neben dem Herausarbeiten von Batemans Serienmörderauthentizität kommt Voßmann in einer ersten Zwischenanalyse zum Schluss, dass in der “Satire auf die Yuppiekultur”<sup>1052</sup> ein gesellschaftliches Umfeld gezeichnet wird, in dem “ethisch-moralische Werte keine Bedeutung mehr haben, Bedeutung nur mehr Dingen zugeordnet wird, die dem Nimbus dienlich sind. [...] Bateman als ihr ‘Prototyp’ erweist sich in Anbetracht seiner extremen Gewalttaten besonders klar als Verkörperung des entmenschlichten Menschen.”<sup>1053</sup> Der zweite Teil von Voßmanns Arbeit setzt sich mit der Einbettung von *American Psycho* in den soziokulturellen Kontext der Ära Reagan auseinander. Dabei untersuchte Voßmann konkret drei Themenbereiche, denen Ellis – laut Voßmann – mit dem Roman einen sozusagenden “warnenden Vexierspiegel”<sup>1054</sup> vorgehalten habe: Es handelt sich dabei um “die Yuppiekultur, die Medialisierung der Gesellschaft und die Entwicklung der zivilen Gewalt in Amerika”<sup>1055</sup>. Voßmann sollte es dabei insbesondere gelingen, die Funktion der Gewalt in *American Psycho* zu erforschen: zum einen “als kritische Allegorie auf die sozialen Auswirkungen der Reagan Politik”<sup>1056</sup> und zum anderen als Teil und Grundproblem der amerikanischen Realität mit ihrem Höhepunkt an Morden in den 1980ern:<sup>1057</sup> “*American Psycho* beschreibt Gewalt als ein Problem, welches sich durch die gesamte amerikanische Gesellschaft zieht: Alle Menschen sind von ihr betroffen, und von jedem Menschen kann sie ausgehen.”<sup>1058</sup> Somit sei Ellis’ Roman ein Appell, Gewalt zu enttabuisieren und dagegen zu wirken. Voßmann, ebenso wie Weissenberg und die vorliegende Arbeit, belegen Ellis’ “literarische Meisterschaft”<sup>1059</sup>, die Erwartungshaltung seiner LeserInnen entgegen der Tradition, jedoch “in Übereinstimmung mit der Realität”<sup>1060</sup> nicht aufzulösen, wodurch der in Gang gesetzte Prozess des kontinuierlichen Hinterfragens des Textes durch seine LeserInnen bestehen bleibt. Während Voßmann zwar vieles, das in *American Psycho* dargestellt wurde, bereits als Wirklichkeit sieht und den Roman letztendlich als “ein konsequent zu Ende gedachtes Szenario dessen, was im Begriff sei, zu entstehen”<sup>1061</sup> und damit als Warnung von Ellis begreift, belegt die vorliegende Arbeit *American Psycho* als Populärkulturtext, der mit seinem Material aus den 1980ern bereits die Gegenwart dokumentiert.

---

1049 Ebda., 31–108.  
 1050 Ebda., 36–45.  
 1051 Vgl. Voßmann Klappentext.  
 1052 Voßmann, 139.  
 1053 Ebda., 107 f.  
 1054 Ebda., 19.  
 1055 Ebda.  
 1056 Ebda., 143.  
 1057 Ebda.  
 1058 Ebda., 132.  
 1059 Ebda., 144.  
 1060 Ebda.  
 1061 Voßmann, 143.



Nach Weissenberg und Voßmann sind neben verschiedenen Publikationen, die *American Psycho* streifen<sup>1062</sup>, bis 2004 weitere Dissertationen im englisch- und deutschsprachigen Raum wie weltweit erschienen: Darin werden einzelne literaturwissenschaftliche bzw. kulturwissenschaftliche Aspekte<sup>1063</sup> von *American Psycho* – als Ausdruck einer “postmodernen” Konsumgesellschaft – behandelt. Grundsätzlich jedoch belegen alle erschienenen Arbeiten, dass *American Psycho* nicht nur die Auseinandersetzung mit Tabuthemen provoziert hat, sondern auch Problembereiche in der Definition von Literatur und deren (vielfältiger) Funktion in einer Gesellschaft – das Üben von Gesellschaftskritik beispielsweise – sichtbar gemacht hat: Zeitgleich mit Voßmann erschien Stephen Norton doCarmos Dissertation *History and Refusal: The Opposition to Consumer Culture in Contemporary American Fiction*<sup>1064</sup>. doCarmo interessiert sich dafür, wie US-amerikanische SchriftstellerInnen – in einer “unangreifbaren” spätkapitalistischen Konsumgesellschaft – mit ihren Werken Opposition üben. doCarmos Gegenüberstellung einzelner Romane von Thomas Pynchon, Mark Leyner, Bobbie Ann Mason und Don DeLillo mit *October Light* von John Gardner und mit Bret Easton Ellis’ *American Psycho* ergibt für mich ein etwas simplifizierendes Bild der Kritik: Während doCarmo die Werke der zuerst genannten Autoren und Autorinnen als “more postmodern and poststructuralist modes of dissent”<sup>1065</sup> bezeichnet, stempelt er die Romane von Gardner und Ellis oberflächlich als “poverty of traditional (or essentialist) left- and right-wing attacks on mass culture”<sup>1066</sup> ab. Auf der Grundlage einer strukturalistisch angewandten feministischen Theorie untersucht Gregory Todd Beatty in *Structures of Violence: Representations of Serial Murder in Postmodern America*<sup>1067</sup> (2001) die ideologischen Implikationen des Serienmörders als Kultfigur. Ausgehend von verschiedenen Serienmördernarrativen und im kontrastierenden Vergleich mit wissenschaftlichen und polizeilichen Erkenntnissen zum “Serienmörder” begründet Beatty die Existenz eines eigenen literarischen Genres: Dieses habe seine historischen Ursprünge in den Veränderungen des amerikanischen Klassensystems und der Geschlechterrollen nach dem Zweiten Weltkrieg (im Konsumkapitalismus) und basiere auf “high art traditions of transcendence and the sublime”<sup>1068</sup>: Beatty bezweifelt Ellis’ Behauptung, mit *American Psycho* Sozialkritik geübt zu haben; vielmehr will er belegen, dass Ellis seine LeserInnen manipuliert habe, und zwar “by triggering reading habits common to pornography, horror fiction, and advertising copy”<sup>1069</sup> – ein Standpunkt, dem ich unter der Voraussetzung, dass “Manipulation” hier dem Zweck der Satire diene, durchaus zustimmen kann. 2001 erscheint *Casual Silences*<sup>1070</sup>, die Dissertation von Günther Leypoldt, als Buch. Leypoldt dokumentiert darin die literarische Entwicklung der “Poetics of Minimal Realism” von ihren “schlanken” Anfängen bei Raymond Carver 1971 zu ihrem “barocken” Ende im Schreiben eines Bret Easton Ellis.<sup>1071</sup> So habe der Brat Pack-Autor es durchaus verstanden, mit einem minimalen Handlungsrahmen eine “neorealistic” Leseweise zu provozieren und die LeserInnen bezüglich des “meaning”, der Bedeutung des Textes, durch das Zusammenspiel von geweckter

<sup>1062</sup> Siehe beispielsweise Martin Büsser, *Lustmord – Mordlust: Das Sexualverbrechen als ästhetisches Sujet im zwanzigsten Jahrhundert* (Mainz: Ventil-Verlag, 2000)

<sup>1063</sup> Vgl. beispielsweise die periphere Auseinandersetzung mit dem männlichen Schönheitskult in Isabelle Adam, *Black-Eyed Boys: Why Do Western Males Of Our Time Wear Make-Up?* Dissertation, University College of Durham: Stockton, 2000. Siehe Søren Pold, *Ex Libris Literature in Media Urbanity. Media-realistic readings of urban novels and digital literature: Balzacs panorama, cinematographic Los Angeles novels, and writing the scripted spaces of the computer networks*, Dissertation, University of Aarhus, 2001.

<sup>1064</sup> Stephen Norton doCarmo, *History and Refusal: The Opposition to Consumer Culture in Contemporary American Fiction*, Dissertation of Lehigh University, 1999 (Ann Arbor: UMI, 2000)

<sup>1065</sup> doCarmo, abstract.

<sup>1066</sup> Ebda.

<sup>1067</sup> Gregory Todd Beatty, *Structures of Violence: Representations of Serial Murder in Postmodern America*, Dissertation, University of IOWA, 2000 (Ann Arbor, MI: UMI, 2001)

<sup>1068</sup> Beatty, abstract.

<sup>1069</sup> Ebda.

<sup>1070</sup> Günther Leypoldt, *Casual Silences: The Poetics of Minimal Realism from Raymond Carver and the New Yorker School to Bret Easton Ellis* (Trier: WVT Wissenschaftlicher Verlag Trier, 2001)

<sup>1071</sup> Ebda., 35

Erwartungshaltung und “silence”, zu destabilisieren.<sup>1072</sup> *American Psycho* habe weiters vermocht, die bereits zu Ende geglaubte Strömung des “minimal realism” in die 1990er-Jahre zu führen, wobei das ungewöhnlich große öffentliche Interesse an dem Text eine unbeholfene Leserschaft dokumentieren würde: “While the blankness of the implied author is a common strategy of experimentalist fiction, the debate about *American Psycho* shows that contemporary readerships find it hard to accept ethical and epistemological silence in representationalist text dealing with delicate subjects.”<sup>1073</sup> Patricia Elisabeth Stubblefields Dissertation *New York’s ‘Brat Pack’ and the Postmodern Novel of Manners (Tama Janovitz, Jay McInerney, Bret Easton Ellis)*<sup>1074</sup> belegte wiederum 2001 die Werke des literarischen Brat Pack als eine Weiterentwicklung des Genres der *American Novel of Manners* – in der Tradition einer Edith Wharton, des Hochmodernismus und Tom Wolfes *New Journalism* –, worin eine postmoderne Welt aufgezeigt würde. So übe *American Psycho* Kritik an den durch *Reaganomics* produzierten Klassenunterschieden und an der Medienallmacht bei der Formulierung von Verhaltensregeln und Absurditäten, die die Konsumexzesse der Yuppies hervorbrachten.<sup>1075</sup> Stubblefield vermag die große Medienkritik an der Darstellung der Gewalt zu relativieren und im Kontext einer zunehmend verdinglichten Konsumgesellschaft zu sehen. Damit trifft Stubblefield sowohl die vorliegende Arbeit als auch Voßmanns Publikation im Kern ihrer Aussagen. Vordergründig ist für Stubblefield jedoch “the obsessive drive for self-definition and social membership in a flattened, dehumanized, postmodern world”<sup>1076</sup>, wozu *American Psycho* auch “the kind of harsh moral response that is so central to the genre”<sup>1077</sup> produziere. Einen neuen und interessanten Aspekt in ihrer Dissertation stellt ein erstmalig wissenschaftlicher Vergleich des Romans mit der gleichnamigen Filminterpretation dar; nach Stubblefield erfülle Harrons (feministische) Interpretation des Films durchaus “conservative renderings of race, class, and gender relations”<sup>1078</sup>, welche den Film und seine soziale Kritik auch für einen Massenkonsum zugänglich machen würden. Meiner Meinung nach erfüllt die Filmversion jedoch keine Mainstream-Erwartungen, sondern “enttäuscht” das Publikum mit Independent-Kinoflair, gleich wie der Roman selbst.

Ein Blick ins Internet und über vierhunderttausend Einträge auf Google unter dem Suchbegriff “American Psycho” dokumentieren die Schlagkraft, die dieser Roman im Jahr 2004 besitzt. Als Artefakt seiner Zeit und Teil der US-amerikanischen Populärkultur bietet *American Psycho* auch 13 Jahre nach seinem Erscheinen im Jahr 1991 eine noch vielfach unerprobte Spielwiese für ein breites Spektrum an Themenstellungen und hat dem Kultautor damit sicherlich den Aufstieg in die zeitlose Liga der “Literatur” vorgezeichnet.

---

<sup>1072</sup> Ebda., 250–69.

<sup>1073</sup> Ebda., 279.

<sup>1074</sup> Patricia Elisabeth Stubblefield, *New York’s ‘Brat Pack’ and the postmodern novel of manners (Tama Janovitz, Jay McInerney, Bret Easton Ellis)*, Dissertation, University of South Carolina, 2001 (Ann Arbor: UMI, 2002)

<sup>1075</sup> Stubblefield, abstract.

<sup>1076</sup> Ebda.

<sup>1077</sup> Ebda.

<sup>1078</sup> Ebda.

|   |     |
|---|-----|
| <b>Teil III</b>                                       |     |
| <b>AMERICAN PSYCHO – Porträt des Hyperkonsumismus</b> | 171 |
| <b>Ein Populärkulturtext der 1980er-Jahre</b>         | 173 |
| Ein hyperkonsumistisches Wertesystem                  | 180 |
| Der Hyperkonsument                                    | 194 |
| Das Leben als Konsumzyklus                            | 209 |
| <b>'Sex and Violence' in American Psycho</b>          | 212 |
| <i>Body Double</i>                                    | 212 |
| <i>Psycho</i>   | 233 |
| <i>Batman</i>   | 241 |
| "Zeit" im Hyperkonsumismus                            | 252 |
| <b>Resümee</b>  | 256 |

## Teil III

### **AMERICAN PSYCHO – Porträt des Hyperkonsumismus**

I was writing about a society in which the surface became the only thing. Everything was surface – food, clothes – that is what defined people. So I wrote a book that is all surface action; no narrative, no characters to latch onto, flat, endlessly repetitive. I used comedy to get at the absolute banality of the violence of a perverse decade. [...] it's a very *annoying* book. But that is how as a writer I took in those years.<sup>1079</sup> (Bret Easton Ellis, 1991)

Die in diesem Zitat klar formulierte schriftliche Konzeption – eine oberflächliche Gesellschaft in ihrer Oberflächlichkeit festzuhalten – impliziert zugleich die sozialkritische Funktion des Textes: die Desensibilisierung einer Wegwerfgesellschaft offenzulegen, die zunehmend auf das Oberflächliche fixiert ist. Damit wird der Warencharakter der Gesellschaft zum Gegenstand der Kritik gemacht. Wie die Heftigkeit der Veröffentlichungskontroverse von *American Psycho* im Nachhinein beweist, hatte Ellis mit seinem formal wie inhaltlich scheinbar oberflächlich angelegten, für den Massenmarkt produzierten Roman nicht nur äußerst provoziert, sondern auch den Nerv der Zeit getroffen: Ellis hatte den Adressatenkreis, Konsumentinnen und Konsumenten der Populärkultur der 1980er-Jahre und vielfach Zeitgenossinnen und Zeitgenossen seines Protagonisten Patrick Bateman, zur Konfrontation mit der eigenen Oberflächlichkeit und Massen-Komplizität bei der gewalttätigen Apathie der Reaganschen Wirtschafts- und Sozialpolitik gezwungen.

Wie meine Auseinandersetzung mit *American Psycho* mittels Zitatvergleich und Rekonstruktion der 1980er-Jahre ergab, hatte Ellis das Material für seinen Roman bis auf die literarischen Zitate ausschließlich aus der vor allem massenmedialen amerikanischen Populärkultur geholt. Sinn und Zweck der literarischen Zitate in *American Psycho* ist es wiederum, die kulturellen Defizite der (porträtierten) Yuppies und die mit dem zunehmenden Warencharakter von Kultur einhergehende Oberflächlichkeit dieser Dekade auf ironische Art und Weise offenzulegen. Ein Beispiel – ein Schlagabtausch zwischen dem Protagonisten in *American Psycho*, Patrick Bateman, und seinen Yuppie-Kollegen in Harry's Bar – soll diese Aussage gleich zu Beginn illustrieren:

“Listen, the dick also rises”, Van Patten says, “Faulkner.”

“Where did you go to college?” Price asks. “Pine Manor?” (AP 34)

Abgesehen davon, dass die Anspielung auf das Frauencollege Pine Manor (Chestnut, MA) den gängigen Sexismus der Gruppe belegt, zeigt die oberflächliche Verwendung von Ernest Hemingways Roman *The Sun Also Rises* und dessen Zuweisung auf den Autor William Faulkner die Yuppie-Ignoranz; die Anspielung auf den Roman kann aber auch als versteckter Hinweis von Bret Easton Ellis auf die von Gertrude Stein benannte 'Lost Generation' interpretiert werden. Im Zusammenspiel mit weiteren literarischen Zitaten ergeben diese Anspielungen einen nihilistischen Gesellschaftskommentar des Autors auf die porträtierte Generation der 1980er-Jahre. Mit seinem Populärkulturtext sollte Bret Easton Ellis die 1980er-Jahre sprachlich transkribieren und damit das Porträt einer hyperkonsumistischen Gesellschaft liefern.

<sup>1079</sup> Vgl. Roger Cohen, “Bret Easton Ellis Answers Critics of 'American Psycho',” *The New York Times* 6 March 1991, late ed.: C13.

## Ein Populärkulturtext der 1980er-Jahre

Damit meine Auseinandersetzung mit *American Psycho* als Populärkulturtext auch im deutschsprachigen Raum richtig verstanden werden kann, möchte ich mit dem Literatur- und Kulturwissenschaftler Heinz Tschachler auf einen grundlegenden Unterschied zwischen dem deutschen und englischen Kulturbegriffsverständnis hinweisen:

Der Kulturbegriff kommt in seinem spezifisch deutschen Sinn, und das heißt im Verein mit dem Bildungsbegriff und der Vorstellung von der Sonderrolle der deutschen Nation, in der semantischen Ordnung der englischen Sprache erst gar nicht vor. Innerhalb der semantischen Ordnung der englischen Sprache enthält der Kulturbegriff durchaus die mit dem deutschen Wort 'Kultur' verknüpften Bedeutungen, darüber hinaus aber die Vorstellungen eines alle Lebensbereiche, also auch der "praktischen", umspannenden Ideale sowie des Prozeßcharakters der kulturellen Entwicklung [civilization].<sup>1080</sup>

Die beiden Wörter "Kultur" und "culture" unterscheiden sich also begrifflich, wobei der englische Begriff "culture" das Konzept der "civilization" inkludiert.<sup>1081</sup>

Der Begriff "Populärkultur" selbst steht – laut *Handbook of American Popular Culture*<sup>1082</sup> – für Amerikas demokratisches Kulturschaffen im 20. Jahrhundert (von Jazz, Comicstrips bis MTV, die Massenmedien inklusive). "Popular Culture is really what people do when they are not working; it is man in pursuit of pleasure, excitement, beauty, and fulfillment."<sup>1083</sup> Allerdings spielt neben den verschiedenen Möglichkeiten, das Wort *popular* im Englischen semantisch zu interpretieren, auch das Wort *culture* eine entscheidende Rolle bei der Begriffsdefinition von *popular culture*. Der renommierte englische Kulturwissenschaftler John Storey verweist hierbei zusätzlich auf die ideologische Komponente bei der Definition und Verwendung von *culture*.<sup>1084</sup> Denn der Begriff *culture* umfasst gemäß dem *Handbook of American Popular Culture* "language, myths, rituals, life-styles, establishments, all symbolic forms for the expression of the attitudes and values of society".<sup>1085</sup> Daraus folgert Storey, dass die Populärkultur Aufschluss über Machtbeziehungen in der Gesellschaft gebe und deshalb auch unter diesem Gesichtspunkt untersucht werden müsse: "[...] the introduction of ideology suggests that the culture/ideology landscape is inescapably marked by relations of power and politics. It suggests that the study of popular culture amounts to something more than a simple discussion of entertainment and leisure."<sup>1086</sup> Eine Auseinandersetzung mit dem Zusammenspiel von *popular culture* und ihren Konsumentinnen und Konsumenten hat seit Ende der 1980er-Jahre auch immer aus einer ideologisch definierten Fragestellung und Denk-Position (marxistisch, strukturalistisch, feministisch, postmodern, u. m.) stattgefunden.<sup>1087</sup>

Popular culture [...] is the mythology, which gives meaning to society and through which society understands itself [...] As a totality, this mythology justifies and perpetuates the social and economic relations of consumer

<sup>1080</sup> Heinz Tschachler, "Zwischen Opposition und Akzeptanz. Transatlantische Betrachtungen zur Literaturwissenschaft," *Lesarten: Literaturunterricht im interdisziplinären Vergleich*, Hg. Werner Delany (Innsbruck: Studien-Verlag, 1996) 246.

<sup>1081</sup> Ebda., 246–49.

<sup>1082</sup> Thomas Inge, ed. *Handbook of American Popular Culture* (New York: Greenwood Press, 1989)

<sup>1083</sup> Ebda., xxvi.

<sup>1084</sup> John Storey, *An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture* (Hertfordshire: Harvester Wheatsheaf, 1997) 3–6.

<sup>1085</sup> Inge, xxv.

<sup>1086</sup> Storey (1997), 6.

<sup>1087</sup> Vgl. Strinati, 38.

capitalism but each individual part has its own autonomy in respect of the system it reproduces. Moreover, closer examination of the individual parts reveals how they can, in fact, oppose or deconstruct the system they support.<sup>1088</sup>

Je nach Denk-Position wird also die Beziehung zwischen Populärkultur und ihren Konsumentinnen und Konsumenten festgelegt und letzteren darin Verantwortlichkeit ab- bzw. zugesprochen. Das heißt nach dem britischen Literatur- und Kulturwissenschaftler Gary Day konkret, dass anhand der Populärkultur untersucht werden kann, ob patriarchale Strukturen weitertradiert werden, ob ein unreflektierter Mensch [cultural dupe] mittels Populärkultur zugunsten des kapitalistischen Systems manipuliert wird, ob Populärkultur gegen bestehende Machtstrukturen subversiv wirken und wie die Entstehung von Populärkultur aufgezeigt werden kann.<sup>1089</sup> Nur aus einem solch unterschiedlichen und komplexen Blickwinkel habe ich dem englischen Begriff "popular culture" die deutsche Übersetzung "Populärkultur" oder "populäre Kultur" zugeordnet.

Im Populärkulturtext *American Psycho* ist die Rolle der Leserinnen und Leser so angelegt, dass sich beim Zusammenfügen der einzelnen Populärkulturzitate durch die Lesenden je nach Anzahl der wiedererkannten Zitate ein Puzzlebild der amerikanischen 1980er-Jahre ergibt, wobei die Art des Populärkulturmaterials das von Ellis imaginierte Amerikabild der 1980er-Jahre bestimmt und kritisiert:

The '80s are a pop decade, no question, a reclining era of good tans, big parties, beach reading, girl-group music. The stars are bigger than they have been in a long time, selling more billions of dollars worth of records and movie tickets than ever before. Celebrities are more numerous, but their fame is briefer: the half-life even of putative superstardom can be as short as a year. Fads are announced, exploited and abandoned even before *Good Morning America* can cover them. Philanthropy has turned into a series of prefab, single-issue Woodstocks [...], and the U.S. has twice elected to the presidency a marvelous pop creature who goads Congress with movie dialogue ('Go ahead; make my day!') and calls military uniforms 'Pentagon wardrobe'. The original make-my-day movie actor has been elected mayor of a town in California, while character actors from ultra-schlock TV shows run for the House of Representatives. [...] the wall between pop and high culture that became a see-through membrane in the '60s and '70s seems to be disintegrating.<sup>1090</sup>

In einer – zumindest oberflächlich gesehen – mehr und mehr entpolitisierten (konsumorientierten) Ära Ideologiekritik zu üben, wird immer schwieriger. Eine kritische Theorie der Gesellschaft verlangt kritische Distanz, was in einer Zeit der Vereinnahmung durch den (Spät)Kapitalismus nicht mehr möglich ist, denn – so der deutsche Literaturwissenschaftler Jochen C. Schütze:

In dem Maße, in dem die ästhetische Produktion heute völlig in die Warenproduktion integriert ist, wird notwendigerweise ihre kritisch-mimetische Distanz neutralisiert. [...] Die totale Verschränkung der Kunst in die Warenwelt macht nicht nur ihre imaginären Eskapaden zur Illusion; auch das probate Zitieren außerästhetischen Materials ins ästhetische Bild ist jetzt kein aussagekräftiges künstlerisches Mittel mehr. Das Kunstwerk wird vielmehr selbst zum Unternehmen und dieses zum Kunstwerk.<sup>1091</sup>

---

<sup>1088</sup> Gary Day, "Introduction: Popular Culture – The Conditions of Control?" *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?*, ed. Gary Day (New York: St. Martin's Press, 1990) 1.

<sup>1089</sup> Vgl. ebda., 1 f.

<sup>1090</sup> Kurt Andersen, "Pop Goes the Culture", *Time* 16 June 1986: 74. Der Artikel bietet eine einfache, aber fundierte Darstellung des Wesens der Populärkultur, ihrer historisch-chronologischen Entwicklung in den Vereinigten Staaten und ihrer Rezeption als vermittelndes Amerika-Bild in den verschiedenen Kulturen und Staaten der Welt.

<sup>1091</sup> Jochen C. Schütze, "Aporien der Literaturkritik," *Postmoderne*, Hg. Andreas Huyssen/Klaus R. Scherpe (Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1986) 203 ff.

Ein solches Kunstwerk bedingt jedoch die aktive Partizipation der KritikerInnen bzw. LeserInnen, wobei ästhetische Erfahrungen neu orientiert und Rezeptionsweisen modifiziert werden müssen. Zur wichtigsten Aufgabe der Rezipierenden werden mannigfache Bestandsaufnahmen, die – gemäß dem französischen Literaturtheoretiker und Strukturalisten Roland Barthes, der mit seinem Werk in den 1960er-Jahren maßgeblich zur Revision der Kritik beigetragen hat – “mit der eigenen Sprache zu *decken*”<sup>1092</sup> sind und durchaus einen Einstellungswandel fordern können. Barthes: “Um [im Spätkapitalismus] subversiv zu wirken, braucht die [neue] Kritik nicht zu urteilen, sie braucht nur von der Sprache zu sprechen, statt sich ihrer einfach zu bedienen.”<sup>1093</sup> Mit ‘von der Sprache sprechen’ meinte Barthes, die auf gesellschaftliche Rollen verteilten Sprachen anzugreifen: “Die Klassifikation ändern, das Sprechen verschieben heißt, [ist Barthes überzeugt], eine Revolution machen.”<sup>1094</sup> Mittels Sprache der Populärkultur vermochte Ellis also ein Amerikabild zu gestalten, das sich durch Kontextualisierung selbst belegt und offenlegt und anhand der Populärkultur eine Aussage zum Zustand der amerikanischen Gesellschaft trifft: “Popular culture shows man at his best, at his most capable and creative, and in his most liberated state. Thus, the health of a society is directly reflected in the liveliness and quality of its entertainment.”<sup>1095</sup>

Für sein hyperkonsumistisches Porträt hatte sich Ellis auf kulturelle Texte (*cultural texts*) und auf kulturelle Praktiken (*cultural practices*) der 1980er-Jahre, aber auch der 1960er-Jahre gestützt “to enhance [his] dark vision of a violent America during the 1980s”.<sup>1096</sup> Unter kulturellen Texten sind Filme, Talkshows, Popmusik usw. gemeint, wobei der Begriff *culture* eben auch “signifying practices” umfasst.<sup>1097</sup> Als kulturelle Praktiken sind Tätigkeiten wie das “Shoppen” oder “das Feiern von Weihnachten” usw. gemeint, wobei *culture* eben als “a particular way of life” aufgefasst wird.<sup>1098</sup> Das mittels Kontextualisierungsarbeit hervorgebrachte Netzwerk an originalen, verfremdeten<sup>1099</sup> und versteckten Zitaten aus der Populärkultur belegt die Komplexität von *American Psycho*. Mit der Umsetzung des Textes als Populärkulturtext implizierte Ellis folgende Besonderheiten, die bei einer Analyse bzw. Darlegung der Erzählstruktur des Textes zu berücksichtigen sind: Durch den Ursprung des Materials in der Populärkultur der Dekade wird dieses generell und unvermittelt von den Lesenden wiedererkannt und trägt dadurch zur Glaubwürdigkeit des Textes und damit zur Authentizität der dargestellten Lebensrealität bei. Die Rolle der Leserinnen und Leser im Populärkulturtext *American Psycho* ist so angelegt, dass sich beim Zusammenfügen der einzelnen Populärkulturzitate durch diese je nach Anzahl der wiedererkannten Zitate ein Puzzlebild der 1980er-Jahre ergibt, wobei die Art des Populärkulturmaterials das von Ellis imaginierte Amerikabild jener Dekade bestimmt und implizit kritisiert. Meine Rekonstruktion der 1980er-Jahre mittels Sammlung der im Text verwendeten Populärkulturzitate ermöglichte mir eine Bestandsaufnahme der gesellschaftlichen Realität Amerikas. Als Lexikon der 1980er-Jahre belegt dieses die Authentizität der dargestellten Lebenswelt in *American Psycho* und illustriert zugleich das Szenario für einen Yuppie und Serienmörder in der Wirtschaftsmetropole Amerikas, New York, zwischen 1986–89, was den Wert von *American Psycho* als kulturelles Dokument stützt.

---

<sup>1092</sup> Roland Barthes, *Literatur oder Geschichte* (Frankfurt a/M: Suhrkamp, 1969) 67.

<sup>1093</sup> Barthes, *Kritik und Wahrheit* 23–24.

<sup>1094</sup> Ebda., 57.

<sup>1095</sup> Inge, xxiv.

<sup>1096</sup> Irmer, 355.

<sup>1097</sup> Vgl. Storey (1997) 2, 19.

<sup>1098</sup> Ebda.

<sup>1099</sup> Vgl. Victor Shklovsky, “Art As Technique,” *Russian Formalist Criticism: Four Essays*, eds. Lee T. Lemon and Marion J. Reis (Lincoln: UP of Nebraska, 1965) 12.

Meine Auseinandersetzung mit der Textstruktur zeigt auch die Art und Weise der Verarbeitung von *American Psycho* als kohärentem, oberflächlichem und plakativem Populärkulturtext, der offen zu einer voyeuristischen, konsumistischen Leseweise einlädt. Eine Untersuchung der Erzählstruktur legt die im Text implizierte politische und kulturelle Kritik als Funktionsmechanismus frei: Denn mit der Erkenntnis, dass Batemans Sprache – illustriert an der Populärkultur jener Zeit – die Sprache des Hyperkonsumismus ist, finden sich die Leserinnen und Leser letztendlich schockiert in Batemans Position als uneingeschränkte, vor allem jedoch unreflektierte Konsumentinnen und Konsumenten der porträtierten Umwelt wieder, wodurch der Text eine politische Dimension erhält:

... **the recurring motif of indifference** ... is the book's true subject. Most of the photographs deal with detached reactions to unreal circumstances, and communicate the subject's utter lack of surprise or interest in viewing, or being part of, if not extraordinary situations, then at least the decidedly offbeat [...Theses pictures] make a sly, powerful comment on a society desensitized by Hollywood and The Movies. (Bret Easton Ellis in seiner Einleitung zum Fotoband *Our Hollywood* [1987] von David Strick)<sup>1100</sup>

Meine formale und inhaltliche Darlegung der Textstruktur von *American Psycho* soll nun die kritische Strategie dieses Populärkulturtextes und dessen impliziertes provokantes Potenzial als Kritik am Hyperkonsumismus freilegen. Die subjektive Selektion des Materials durch Bret Easton Ellis und seine Strukturierung sind dabei durchaus als Kommentar des Autors selbst zu werten:

[*American Psycho*] is a morality play disguised as a snuff movie. Ellis' tone is the same as Patrick's: uninflicted rage. The difference is that the author is appalled at the society – one desensitized by Hollywood and the Movies, one based on indifferences, snobbery, sex, greed, envy, lies, drugs, and videotape – in whose dead heart his protagonist can flourish. Patrick's heinous shallowness, faithfully reproduced in the prose, is the book's point; the tedium is the message. The most daring and perverse thing about the book is its trust that the reader will get it. You have to look for the fury behind the facetious façade."<sup>1101</sup>

Corliss' Kritik ist durchaus berechtigt, denn die Leserinnen und Leser von *American Psycho* müssen in der Populärkultur sattelfest sein, um den Text und die darin implizierte Kritik an der Populärkultur auch zu erkennen.

Um den Hyperkonsumismus in seiner Oberflächlichkeit als Zeitgefühl zu transportieren, ihn in seiner Monotonie und Desensibilisierung sogar spürbar zu machen, hat Ellis *American Psycho* künstlich "verflacht". Er hat bei der Gestaltung seines Romans die beiden Ebenen Inhalt und Form gleichgesetzt: Das heißt, Ellis hat Populärkulturtexte sprachlich transkribiert, wodurch Inhalt und Form einander entsprechen. Zugleich hat er unterschiedlich gewichtete Texte nebeneinandergestellt und damit in ihrer Wertigkeit inhaltlich gleichgeschaltet: Hintergrund und Vordergrund bzw. Struktur und Thematik sind völlig gleichgesetzt und müssen daher gleichzeitig betrachtet werden. Die Pariser Situationisten, eine 1957 vom avantgardistischen Kunsttheoretiker Guy Debord und Mitstreitenden gegründete revolutionäre politische Gruppe, betrachteten als erste den Raum als einzig verbleibende Realität in einer zunehmend konsumkapitalistischen Umgebung.<sup>1102</sup> Daher entwickelten sie das Konzept des psycho-geografischen *dérive* oder die "Technik der ziellosen Verlagerung"<sup>1103</sup>, in welcher die BetrachterInnen durch das zufällige Durchwandern städtischer Landschaften der kapitalistischen Organisation subversiv entgegentreten

---

<sup>1100</sup> Richard Corliss, "Vidiocy," *Film Comment* 27. 3 (May–June 1991): 56.

<sup>1101</sup> Corliss, 55.

<sup>1102</sup> Vgl. Greil, 341 ff.

<sup>1103</sup> Ebda., 348.



konnten. Mit dem Auslöschen dieser Ebene als eigenständige Ebene belegt Ellis die Integration des Raums in den Konsumkapitalismus.

Für die formale und inhaltliche Festlegung der Grundstruktur von *American Psycho* als Yuppie-Serienmördermonolog bediente sich Bret Easton Ellis selbst eines kulturellen Textes, und zwar eines Films,<sup>1104</sup> und folgte dabei rein formal der Wahrnehmungspathologie seines Serienmörder-Protagonisten. Damit gelang es ihm auch gleichzeitig, das zunehmende Verschwimmen der Grenzen zwischen Fiktion und Wirklichkeit, die einhergehenden voyeuristischen Gelüste, die mehr denn je drängen, befriedigt zu werden, und die anwachsende Sensationsucht der AmerikanerInnen (VorreiterInnen der westlichen Industrielwelt) – gleichwohl Indiz für allgegenwärtige Langeweile und Ausdruck einer Sehnsucht nach einem ereignisreicheren Leben – als Charakteristika der amerikanischen 1980er-Jahre adäquat umzusetzen und zeitgemäß zu kommentieren. In Bezug auf Marshall McLuhans Aussage “The medium is the message”<sup>1105</sup>, wonach die Form des Mediums auch seinen Inhalt bestimmt, vermochte Ellis mit seinem inhaltlich und formal als Film umgesetzten Roman zu illustrieren, welche Bewusstseinsveränderung das Medium Film bei westlichen Film- und Fernsehkonsumentinnen und -konsumenten bereits bewirkt hatte. Laut dem kanadischen Medientheoretiker und Guru der Populärkultur McLuhan muss es Aufgabe der Kunst sein, als Gegenpol (*anti-environment*) zu einer durch Expansion der Technologien kontinuierlich neu gestalteten Umwelt zu wirken. Kunst sei nicht mehr Selbstzweck, sondern müsse – so McLuhan – als *radar feedback*, als Mittel der Wahrnehmungs- und Urteilsschulung, gegenüber der technologischen Umwelt wirken.<sup>1106</sup> Literatur als Film oder Film als Literatur? Das “media-crossover” der 1980er-Jahre ist die “message” der 1980er-Jahre. Im Zeitalter der virtuellen Hochtechnologie, in dem die Grenzen zwischen Realität und Fiktion mehr denn je verschwimmen und ein marktideologisches Denken jeden Lebensbereich durchdrungen hat, kann die Kunst jedoch keine kritische Außenposition mehr einnehmen. Ellis sollte es jedoch mittels Populärkulturtext, sprich durch die Umsetzung eines hightech-spezifischen (= zeitgemäßen) Textes – eines Films in einem anderen Kontext, dem eines Romans – gelingen, eine neue Wahrnehmungsweise zu provozieren und damit McLuhans Forderung der Funktion von Kunst im Technologiezeitalter zu erfüllen.<sup>1107</sup> *American Psycho* ist somit Ellis’ radikale Auseinandersetzung mit einer Dekade, wo “image” und “watching” echte Interaktion ersetzt haben und die mit dem “Menschen als Konsumentin bzw. Konsumenten” – als Konstrukt von Werbung und Fernsehen – ihre ultimative Verkörperung gefunden hat.

[...] new Floating Worlds, [...] the ‘Today Land’ of Postmodernism. They are pop-cultural ‘virtual realities’ inhabited by simulated, albeit remarkably vivid pop-cultural figures with whom we interact, literally and imaginatively, more often and more intensely than with so called real people. The problem is that these new Floating Worlds are actually more like prisons than liberations, seductions that produce only solitary, *Reality Studios* (to use William Burroughs’s term) where films of our lives are being produced and directed by somebody else – somebody who’s managed to get us all seriously hooked on pop cultural images, simulated orgasms and wargasms, and all those other empty distractions. This Somebody is providing all this at a price, of course – his price, the price we all pay, grateful to be paying it, never considering what we might do with our money and our time and imaginations if there were an alternative.<sup>1108</sup>

<sup>1104</sup> McCaffery, American Book Review, 5.

<sup>1105</sup> Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* (New York: McGraw, 1964)

<sup>1106</sup> Vgl. ebda., vii–xi.

<sup>1107</sup> Vgl. auch die 1967 erschienene grundlegende Auseinandersetzung mit der Populärkultur von Marshall McLuhan und Quentin Fiore, *The Medium is the Message: An Inventory of Effects* (San Francisco: HardWired, 1967)

<sup>1108</sup> McCaffery, 5.

Die Darstellung von *American Psycho* als sprachlich visualisierter Film sowie Ellis' besondere Methodik der Verflachung, wobei sich jedes Zitat im Text in seiner formalen und inhaltlichen Aussage verstärkt, bewirken einen starken Gesamteindruck des Romans: Eine differenzierte Auseinandersetzung mit dem Text erfordert daher die Berücksichtigung jedes Erzählelements von seiner inhaltlichen wie auch formalen Aussagekraft, obwohl augenscheinlich nur eine (visuelle) Textebene präsent ist. Eine visuelle Textebene als glatte Oberflächenstruktur und subtil eingewobene Identifikationsmechanismen mit dem Protagonisten wirken dabei als die Mechanismen, mit denen das Lesepublikum verführt wird, den Text einfach und unreflektiert zu konsumieren. Die ungewöhnliche Beschaffenheit des Textes provoziert weiter kontinuierlich Brüche in der Lesehaltung sowie Unverständnis und Frustration, denn der sprachlich visualisierte Film bleibt für die Leserinnen und Leser bis zum Ende unerklärt; auch wenn *American Psycho* mit Hinweisen auf eine unzuverlässige Erzählerfigur und eine ambivalente Dekade übersät ist und diese die dargestellte Konsumrealität – szenisch, verbal und leitmotivisch variiert – strukturieren.

Mit dem formalen und inhaltlichen Aufheben der Grenzen zwischen Realität und Fiktion mittels Filmtextstruktur jedoch vermag Ellis die Textrealität von *American Psycho* in ihrer Oberflächlichkeit und Perzeption zu radikalieren.<sup>1109</sup> Das Zeitporträt fasziniert und ist abstoßend zugleich: Eine Darlegung von *American Psycho* als sprachlich visualisierter Film wird daher zeigen, wie Ellis mittels Identifikationsmechanismen mit seinem Protagonisten den Leserinnen und Lesern die eigene hyperkonsumistische Realität radikal, wie einem Zuschauerpublikum, vor Augen führt. Des Autors *second hand*-Aufzeichnung einer hyperkonsumistischen Realität wird dabei zur *first hand*-Erfahrung seiner LeserInnen.

Dass Bret Easton Ellis seinen Roman an einen Film angelehnt und wie einen Film aufgebaut hat, antizipiert bereits der Titel *American Psycho*<sup>1110</sup>. Eine textvergleichende Auseinandersetzung mit Alfred Hitchcocks

---

<sup>1109</sup> Vgl. parallel zu meinen Ausführungen die poststrukturalistischen bzw. postmodernen Theoretiker wie Jean-François Lyotard und Jean Baudrillard, die eine Umwälzung oder Subversion in diesem kapitalistischen "Spektakel" negieren, da die Grenzen zwischen "Realität" und "Erscheinung" (und damit zwischen öffentlichem und privatem Leben) darin aufgehoben seien. Die Pariser Situationisten hatten als erste – wie ähnlich später Herbert Marcuse und die Frankfurter Schule – die gesellschaftliche (kapitalistische) Situation analysiert und dafür den Begriff des "Spektakels" geprägt. Jean Baudrillard argumentierte, dass in dem "Spektakel" (er nennt dasselbe Hyperrealität) echter Wert (Authentizität) oder eben Bedeutung für immer verloren gegangen sind. Aus diesem Grunde wäre die Vorstellung, dass ein Individuum "authentische" Wünsche und Erfahrungen haben könnte, von vorneherein betrügerisch, da selbst Subjektivität und Individualität von einem Netzwerk an Diskursen, die uns sozialisieren, produziert werden. Im Laufe der Zeit – so Baudrillard – habe das Spektakel überhandgenommen und alle Lebensbereiche insofern vereinnahmt, als jegliche Beziehungen unter kapitalistischen Gesichtspunkten betrachtet und organisiert bzw. reproduziert wurden. In dem immer schneller werdenden Prozess der Simulation und Reproduktion – der *Disneyfication* der Welt – könnte Realität nur mehr reproduziert und als Second-Hand-Formen repräsentiert werden: "America is neither a dream nor reality. It is hyperreality." (Jean Baudrillard, *America* [New York: Verso, 1988] 28 f.) Das Hyperreale sei ein frei fließendes Chaos von Zeichen, Bildern, Simulationen und Erscheinungen. Es sei deshalb unmöglich geworden, zwischen dem Realen und der Erscheinung, zwischen Wahrheit und Unwahrheit zu unterscheiden. Der Hollywood-Filmregisseur Steven Spielberg eröffnete Ende Mai 1999 seinen Spielpark *Orlando*, wo die Welt der Simulation einen Höchststandard erreicht hat. Im Walt Disney-Land USA am Anfang des 21. Jahrhunderts scheinen bzw. sind die Grenzen zwischen Schein und Sein endgültig aufgehoben.

<sup>1110</sup> Bei genauer Betrachtung finden sich eine ganze Menge an entweder formal oder inhaltlich entlehnten Anspielungen an Filme in *American Psycho* wie beispielsweise auf *American Gigolo* (1980), der den Körperkult in den 1980er-Jahren vorwegnimmt, aber auch auf *American Madness* (1932), worin erstmals eine Zoomlinse für sensationalistische Zwecke eingesetzt wurde (die Kamera zoomt auf eine Uhr, als diese von einer Kugel getroffen wird). In Batemans filmischer Lebenswahrnehmung nimmt das Zoomen von Personen und Gegenständen einen sehr großen Spielraum ein: "Like a smash cut from a horror movie – a jump zoom – Luis Carruthers appears, suddenly [...]" (*AP* 292). Abgesehen von den Titelanspielungen auf Filme gibt es noch eine Reihe von weiteren Anspielungen auf Filme im Text selbst, die sich im Laufe der vorliegenden Arbeit herauskristallisieren werden.

Film *Psycho* (1960)<sup>1111</sup>, “einem der wichtigsten kulturellen Artefakte unserer Zeit”<sup>1112</sup>, wird dessen Vorbildcharakter für die inhaltliche und formale (filmische) Umsetzung von Ellis’ Roman an gegebener Stelle zeigen. Der Hinweis auf die Fiktion und Konstruktion des Werkes am Beginn von *American Psycho* stellt als Stilmittel des *New Journalism* zunächst noch nichts Ungewöhnliches für einen Roman dar, erinnert jedoch bereits an einen Filmvorspann. Was diesem Verweis auf die Fiktion jedoch folgt, ist ein neues Element in einem Roman: Neben eventuellen Ähnlichkeiten mit Personen wird auch auf eine mögliche Ähnlichkeit mit Produkten, Dienstleistungen und Unternehmen verwiesen und damit *American Psycho* von Anfang an ein sehr “reales”, sprich kommerzielles Moment hinzugefügt: “This is a work of fiction. All of the characters, incidents, and dialogue, except for incidental references to public figures, products, or services, are imaginary and are not intended to refer to any living persons or to disparage any company’s products or services.”<sup>1113</sup>

Die nachfolgenden Epiphanien – aus dem Kontext gerissene Passagen aus Fjodor Dostojewskijs *Notes from the Underground* (*Notizen aus dem Kellerloch*), Judith Martins Klatschspalte “Miss Manners” und dem Lied “(Nothing but) Flowers” der Musikgruppe Talking Heads – erweisen sich als Eingangskommentar und Hinweis des Autors auf die gesellschaftskritische Dimension von *American Psycho*. Mittels Epiphanien werden unterschiedliche Ansprüche und Ansichten über das Verhältnis “Gesellschaft – Individuum” kaleidoskopartig und diachron dargeboten, mit der textlichen Realität von *American Psycho* konfrontiert, grundlegend radikalisiert, aber auch kommentiert.<sup>1114</sup> Der Titel selbst wirkt als Anspielung auf die amerikanische Psyche bzw. deren Psychose (*American Psychosis*); das Wort “American” evoziert zudem die Assoziation zum *American Dream*<sup>1115</sup>. Allerdings wird *American Psycho* weniger einen amerikanischen Traum, als vielmehr einen amerikanischen Alptraum beschreiben: Zusammen mit dem Textanfang “ABANDON ALL HOPE YE WHO ENTER HERE ...” (es ist die Inschrift, die im dritten Gesang von Dante Alighieris *Göttliche Komödie* den Eingang zur Hölle beschreibt) kündigt der Titel eine Reise in die Untiefen einer Nation an, deren Narrative – wie sich im Laufe des Textes erweisen wird – nicht mehr funktionieren. Ein hyperkonsumistischer Lebensstil, Geld und Gier kennzeichnen die dargestellte soziale Gewalt in *American Psycho* und wirken als zerstörende Kraft in der porträtierten Gesellschaft. Diese Reise wird für die Lesenden zu einer achterbahnartigen Tunnelfahrt, bei den ihnen ein subjektiver Einblick in die Lebenswelt eines konsumbesessenen Yuppies geboten wird, der sich nach und nach als gewissenloser Serienmörder herausstellt:

From the first line [...] to the last [...] we are signed, we are entered in to what is really a circle of hell. Once we have given ourselves up to the text, made the choice to ‘abandon hope’, we have no way out. It is a closed system. These imprisoning, claustrophobic qualities are deftly manipulated in order, not only to force us to live as close to Patrick as is possible in a fictional sense, but to imprint the reader with such force that we

<sup>1111</sup> Regie: Alfred Hitchcock, USA: 1960. Drehbuch: Joseph Stefano nach dem Roman von Robert Bloch. Paramount Pictures, 109 min.

<sup>1112</sup> Aussage des Filmkritikers Richard Schickel in Janet Leigh und Christopher Nickens, *Psycho* (München: Heyne Filmbibliothek, 1978) 12.

<sup>1113</sup> Ellis, *American Psycho* (Vintage-Ausgabe), Seite 3.

<sup>1114</sup> Siehe den Eintrag zum Thema SELBSTENTFREMUNG in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>1115</sup> In diesem Zusammenhang möchte ich auch auf Thomas Irmer verweisen, der den Romantitel *American Psycho* etwas genauer auf seine literarischen Vorbilder untersucht hat: “The allusion is to the titles of Norman Mailer’s *An American Dream* (1965) and Edward Albee’s *The American Dream* (1961) [...] Both Albee and Mailer use acts of violence for symbolic abstraction – not to mention that they were rejected by the critics. Of course, Ellis’s work is a proliferation of that technique. Another parallel can be drawn between *American Psycho* and Hubert Selby’s *The Demon* (1976), where a young businessman from Manhattan is engaged in his homicidal fantasies.” (Irmer, 355) Letztere Parallele bestätigt auch Elizabeth Young in ihrem Essay “Children of the Revolution” in *Shopping in Space*. Siehe auch meine Ausführungen zum “Amerikanischen Traum” in Teil I dieser Dissertation, 41 ff.

cannot ever get out. This is an act of great aggression and confidence on the part of the author revealing a controlling ego which asserts its rights over both characters and readers.<sup>1116</sup>

## Ein hyperkonsumistisches Wertesystem

Das erste Kapitel “April Fools” (3–24) in *American Psycho* ist neben seiner Funktion als Zeitangabe im Roman (Aprilscherze werden nur am 1. April gemacht) auch Kommentar des Autors: Ellis legt darin die Grundregeln und Charakteristika für den Rest des Textes fest. “April Fools” macht mit einem siebenzeiligen Eingangssatz, welcher für Ellis’ Zusammensetzung und Verwendung von Populärkulturreferenzen exemplarisch ist, auf<sup>1117</sup>:

**ABANDON ALL HOPE YE WHO ENTER HERE** is scrawled in blood lettering on the side of the Chemical Bank near the corner of Eleventh and First and is in print large enough to be seen from the backseat of the cab as it lurches forward in the traffic leaving Wall Street and just as Timothy Price notices the words a bus pulls up, the advertisement for *Les Misérables* blocking his view, but Price who is with Pierce & Pierce and twenty-six doesn’t seem to care because he tells the driver he will give him five dollars to turn up the radio, ‘Be My Baby’ on WYNN, and the driver, black, not American, does so. (3)

*American Psycho* beginnt abrupt und führt die Leserinnen und Leser sogleich ins Geschehen ein. Diese thematische Ausgangsposition – die Taxifahrt eines Yuppies durch Manhattan<sup>1118</sup> – ist dabei mit dem Beginn eines x-beliebigen Yuppie-Films aus den 1980er-Jahren vergleichbar. Dantes berühmte Worte wirken sogartig bannend auf die Lesenden und forcieren gleichzeitig eine gespannte Erwartungshaltung gegenüber der Textrealität von *American Psycho*. Die sprachlich stark visualisierte und dirigierende Situationsbeschreibung aus der Sicht eines zunächst Dritten, des Erzählers, legt die Position der Leserinnen und Leser unmittelbar und für diese zunächst unbewusst als die von Zuseherinnen und Zusehern fest. Die Worte “blood”, “lurches forward” oder “blocking his view” besitzen eine stark plastische Qualität und wirken dabei als Assoziationsreiz für unterschiedliche Bilder im Kopf. Die Worte funktionieren aber auch als Vorboten eines *blood-and-gore slashermovie*, eines Filmgenres, das in den 1980er-Jahren sehr beliebt war. Des Erzählers akribische Beschreibung jeglicher Begebenheit bzw. der visuellen Beschaffenheit seiner Umwelt wirkt jedoch der Entwicklung eines eigenen, frei assoziierten Filmes im Kopf der Leserinnen und Leser entgegen, unterbindet eine solche geradezu. Mit dem “Filmbeginn” etabliert sich sofort eine Spannung zwischen “Lesepublikum” und dem Erzähler bzw. dem Protagonisten, die aus einem (scheinbaren) Perspektivenwechsel zwischen einem “beschreibenden” und einem “erlebenden” Ich resultiert, wenig später jedoch eindeutig als Monolog festgemacht werden kann.

“I’m resourceful,” Price is saying. “I’m creative, I’m young, unscrupulous, highly motivated, highly skilled. In essence what I’m saying is that society cannot afford to lose me. I’m an *asset*.” Price calms down, continues to stare out the cab’s dirty window, probably at the word FEAR sprayed in red graffiti on the side of a McDonald’s on Fourth and Seventh. “I mean the fact remains that no one gives a shit about their job, everybody hates their job, I hate my job, *you’ve* told me you hate yours. What do I do? Go back to Los Angeles? Not an alternative. I didn’t transfer to put up with this. I mean am I *alone* in thinking we’re not making enough money?” (3)

<sup>1116</sup> Vgl. Young in *Shopping in Space*, 93.

<sup>1117</sup> Alle Seitenzahlangaben am Ende der Textpassagen stammen aus der zitierten Ausgabe *American Psycho* (New York: Vintage, 1991).

<sup>1118</sup> Die Ortsangaben auf dieser Taxifahrt – bis zu ihrem Ende auf Seite 7 – entsprechen, wie alle Orts- und Architekturangaben in *American Psycho*, den realgeografischen Gegebenheiten New Yorks.

Die Selbstwahrnehmung des *Young, Urban, Professional* Timothy Price als Vermögenswert und unverzichtbares Gut der Gesellschaft belegt sogleich den Warencharakter einer materialistischen Gesellschaft: Darin geht es *Price*, dessen Name selbst bereits einen (imaginären) Selbst-Wert impliziert, ausschließlich “ums *mehr* Geld machen”. Neben dieser klar parodierten Selbsteinschätzung wechselt Ellis in dieser Textpassage Aussagen von Timothy Price mit denen einer die Außenwelt und Price beschreibenden Erzählerstimme ab, wobei deren Aussagen – unkommentiert wiedergegeben – wie ein Monolog wirken und die Erzählerstimme sich durch die Ansprache “you” als im Taxi mitfahrender Erzähler entpuppt. Diese Technik ist vergleichbar mit kurzen, filmischen Gegenschüssen auf die Hauptperson und ihre Umwelt zur Einführung in das Geschehen. Die unterschwellig erzeugte Spannung wird bei den Leserinnen und Lesern noch dadurch verstärkt, dass die Identität des Erzählers lange (3–4 Seiten) unklar bleibt. Durch diese subtile, subjektive Einführung in das (Film-)Geschehen wird der Blick der Lesenden jedoch entscheidend gelenkt. Der Erzähl-Mechanismus des Textes funktioniert vergleichsweise wie der Erzähl-Mechanismus eines x-beliebigen Films, bei dem zwar verschiedene Perspektiven zu einem Erzählstrang beitragen, es aber schlussendlich die Kamera ist, die den Blick der Zusehenden gemäß den Angaben eines Regisseurs bzw. einer Regisseurin subtil lenkt. Damit diese dem Erzählstrang folgen und der Regisseur bzw. die Regisseurin den Film im Kopf des Erzählers steuern (und kontrollieren) kann, bedarf es eines Interesses für den Protagonisten, welches bis zur Identifikation mit ihm reichen kann. Ist ein solches Interesse geweckt bzw. eine solche Identifikation erfolgt, können sich die Lesenden (bzw. Zusehenden) der Kontrollinstanz, die sich beim Abrollen des Filmes in ihrem Kopf sofort einstellen wird, nur mehr durch ein Ausklicken aus dem Film bzw. aus dem Roman entziehen.

Um eine Identifikation mit dem Erzähler im Text zu erreichen, bedient sich Ellis bei der Umsetzung seines Textes als sprachlich visualisiertem Film auch der Filmerfahrung seiner Leserschaft. So setzt Ellis die gemeinsame Wahrnehmungsprägung der Leserinnen und Leser durch das Medium Film *als Distanz überbrückendes Element* zwischen Lesenden und dem Erzähler ein und teilt diesen gleich am Anfang fast befehlsartig mit, *wie* sie sich seine Beschreibung auch vorstellen sollen:

Like in a movie another bus appears, another poster for *Les Misérables* replaces the words – not the same bus because someone has written the word DYKE over Eponine’s face. (3)

Pan down to the *Post*. There is a moderately interesting story concerning two people who disappeared at a party aboard the yacht of a semi-noted New York socialite while the boat was circling the island. A residue of spattered blood and three smashed champagne glasses are the only clues. Foul play is suspected and police think that perhaps a machete was the killer’s weapon because of certain grooves and indentations found on the deck. NO bodies have been found. There are no suspects. (4)

Zusammen mit den Filminstruktionen des Erzählers gibt Ellis allerdings einen ersten Hinweis auf dessen mögliche mörderische Aktivität, in jedem Falle aber auf sein explizites Interesse hierfür. So erwähnt der Erzähler wenige Seiten später ganz nebenbei, dass er vor kurzem auf einer Jachtparty war. Mit dem Auffinden der Leichen einiger Gäste auf jener Jachtparty am Ende des Romans im Kapitel “Valentine’s Days” (382–84) schließt sich der mörderische Kreislauf, wird das gleich am Beginn des Romans visualisierte ernüchternde (brutale) New York-Bild des Romans wieder aufgegriffen:

The *Post* this morning says the remains of three bodies that disappeared aboard a yacht last March have been recovered, frozen in ice, hacked up and bloated, in the East River; some maniac is going around the city

poisoning one-liter bottles of Evian water, seventeen dead already; talk of zombies, the public mood, increasing randomness, vast chasms of misunderstanding. (383)

Die serienmäßige Tradierung von Gewalt durch die Massenmedien, aber auch die Anonymität eines Serienmörders in der Masse wird damit erschreckend klar. Was Ellis an dieser Stelle bereits durch die detailgetreue Wiedergabe des Zeitungsartikels subtil ankündigt und im Weiteren durch das Einfügen vieler kleiner Indizien in diese Richtung einstreut und langsam offensichtlich macht, ist das voyeuristische Interesse des Erzählers. Die von Anfang an subjektive (selektive wie gewichtete) und detailbesessene Beschreibung bzw. Wiedergabe von Prices Aussagen zwingt die Leserinnen und Leser graduell in die Position, sich ein Bild, in dem spezifischen Falle sich das Bild des Erzählers zu eigen zu machen bzw. sich vor Augen zu führen. Die LeserInnen werden dadurch in eine passive Position/Rolle gedrängt, von welcher aus sie die Realitätswahrnehmung des Erzählers visuell konsumieren; vergleichbar mit der Situation von Film- und Fernsehkonsumentinnen und -konsumenten. Der Erzählerstandpunkt ist die Filmkamera, durch die "Realität" selektiert und präsentiert wird. Durch diese subjektive Erzählerstimme entzieht Ellis seinem Text grundsätzlich die auktoriale Stimme, welche die darauffolgenden mörderischen Taten und politisch unkorrekten Aussagen des Erzählerprotagonisten erklären bzw. das Dargestellte verurteilen könnte.

In einem Mainstream-Film entscheiden (in der Regel) die ersten zehn Minuten, ob die Zuseherinnen und Zuseher vor dem Bildschirm bleiben.<sup>1119</sup> Das erste Kapitel in *American Psycho* ist mit 22 Seiten das längste im Roman und entspricht in seiner visuellen Umsetzung etwa besagten zehn Minuten. Innerhalb dieser Zeit muss das Publikums-, sprich Leseinteresse geweckt werden. Wie bei einem Mainstream-Film arrangiert/disponiert Ellis in "April Fools" das Gesellschaftsspiel und führt seine Hauptakteure und -akteurinnen ein, wobei eine Identifikation mit dem Protagonisten bzw. eine klare Sympathiewerte-Aufteilung zwischen den einzelnen Protagonisten für ein anhaltendes Publikumsinteresse grundlegend ist. Deshalb wird von Beginn des Geschehens an in der Beschreibung des Erzählers die Figur Timothy Price als zentral agierender Charakter dargestellt und damit das Publikumsinteresse auf Price und dessen Aktionen konzentriert. Die Taxifahrt führt den Ort des Geschehens, New York, wiederum in seinen Kontrasten vor: Die Stadt ist mit Werbeplakaten der von Yuppies gestürzten Broadway-Adaption von Victor Hugos gesellschaftskritischem Stück *Les Misérables* über die Not der Armen in Frankreich vor 150 Jahren übersät. Dem gegenüber steht das "echte" Elend auf New Yorks Straßen: Obdachlose, StadtstreicherInnen, Entmündigte erinnern an die zunehmende Armut Mitte der 1980er-Jahre. In der nachfolgenden Textpassage vermittelt Ellis den Leserinnen und Lesern durch eine Widersprüchlichkeit säende (Film-)Montage von Timothy Prices Aussagen und seinen Aktionen dessen distanzierte, nichtsdestoweniger sensationsgierige Art dem "Umstand" Elend gegenüber; wobei der soziale Gegensatz durch die kategorische Gegenüberstellung einer dreckigen, verbrauchten und kriminellen Welt mit einer neuen und technologisch-sterilen Welt evident wird:

Tim blurts out, "I have a co-op here, I have a place in the *Hamptons*, for Christ sakes." "Parents', guy. It's the parents".

"I'm *buying* it from them. Will you fucking turn this *up*?" he snaps but distractedly at the driver, the *Crystals* still blaring from the radio. [...] He takes off the expensive-looking Walkman from around his neck, still complaining. "I hate to complain-I really do-about the trash, the garbage, the disease, about how filthy this city really is and *you* know and I know that it is a *sty*..." He continues talking as he opens his new Tumi

<sup>1119</sup> Diese Zeitspanne für den Filmentscheid hat sich im Vergleich zur Publikation von *American Psycho* (1991) und zur Einreichung dieser Dissertation (2004) bereits exponentiell verringert.

calfskin attaché case he bought at D. F. Sanders. He places the Walkman in the case alongside a Panasonic wallet-size cordless portable folding Easa-phone (he used to own the NEC 9000 Porta portable) and pulls out today's newspaper. "In one issue-in *one* issue-Let's see here...strangled models, babies thrown from tenement rooftops, kids killed in the subway, a Communist rally, Mafia boss wiped out, Nazis" – he flips through the pages excitedly – [...] His voice stops, he takes in a breath and then quietly says, his eyes fixed on a beggar at the corner of Second and Fifth, "That's the twenty-fourth one I've seen today. I've kept count." Then asks without looking over, "Why aren't you wearing the worsted navy blue blazer with the gray pants?" (4-5)

Mit dieser Passage sollen die Sympathien der Lesenden (bzw. Zusehenden) vom Yuppie Timothy Price auf den Erzähler Patrick Bateman verschoben werden: Mittels dekonstruktiver Textbetrachtung zeigt sich, dass Ellis eine Textebene mit gleichgestellten Inhalten<sup>1120</sup> schafft, in die er mit dem korrigierenden Eingriff seitens des Erzählers Widersprüche sät: Mit mehreren, väterlich-kumpelhaften, berichtigenden Eingriffen in Prices Darstellung etabliert Ellis zum einen die Autorität des Erzählers; zum anderen werden damit Timothy Prices Aussagen mit dessen Aussehen und seinen Aktionen subtil kontrastiert bzw. bewertet, wodurch Widersprüche im Sprechen und Handeln von Timothy Price erkennbar werden und diese Figur letztendlich unsympathisch machen. Das geschieht durch das formale Nebeneinanderstellen von visuell erlebter und medial vermittelter Armut bei der Figur Price, welches (s)eine daraus resultierende soziale Indifferenz bei den Leserinnen und Lesern regelrecht spürbar macht. Price zählt die bettelnden Menschen, als wären diese Akteurinnen und Akteure in (s)einem Spiel; in einem beliebten Yuppie-Spiel, wie sich wenig später herausstellen sollte, in dem die Trennung zwischen eigener Erfahrung und medial vermittelter Erfahrung zum Verlust des Mitgefühls geführt hat. Die Passage zeigt aber auch ein entfremdetes Selbstbewusstsein, da das vermittelte Bild von Armut wichtiger geworden ist als die eigene Erfahrung.<sup>1121</sup>

Dasselbe Szenario, sprich die Sympathieverschiebung von Price auf Bateman, wiederholt sich wenig später, als Timothy Price mit großem Pathos über die Schrecken von AIDS und anderen Krankheiten herzieht:

"There's this theory out now that if you can catch the AIDS virus through having sex with someone who is infected then you can also catch *anything*, whether it's a virus or not – Alzheimer's, muscular dystrophy, [...], dyslexia, for Christ sakes – you can get dyslexia from pussy – "  
*"I'm not sure, guy, but I don't think dyslexia is a virus."*  
 "Oh, who knows? *They* don't know that. Prove it." (5)

In dieser Textpassage hat Ellis mit einem kleinen Kunstgriff die Lebenseinstellung seines Yuppie-Agenten vorweggenommen: Die kursiven Wörter in dieser Textpassage – die visuelle Übersetzung von Prices verbaler Unterstreichung seiner Aussagen – ergeben den bedeutungsträchtigen Satz: "sex is any pussy". Die Themen selbst werden durch den leichtfertigen und vor allem ignoranten Umgang von Price in ihrer Schwere untergraben: Prices Informationen sind ungenau und widersprüchlich, sein sprachliches Register ist unangemessen und seine Informationsquelle vage und stammt, wie in obiger Passage, aus der Boulevardpresse, der *Post* und *USA Today*. Price geht es nicht um eine ernsthafte inhaltliche Diskussion, sondern um den Neuigkeits- oder Sensationswert der Informationen, wie an anderer Stelle explizit wird: "Did you read about the host from that game show on TV? He killed two teenage boys? Depraved faggot. Droll, really droll.' Price waits for a reaction. There is none." (6) Die Textpassagen belegen, wie durch die

<sup>1120</sup> Vgl. hierzu die tägliche Medienberichterstattung, bei der einem Bericht über menschliches Leid, verursacht durch Naturkatastrophen, Bürgerkriege, Unfälle und vieles mehr, der Börsen- oder Wetterbericht folgen.

<sup>1121</sup> Siehe den Eintrag zum Thema HOMELESSNESS in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

mediale, vielfach berieselnde und einlullend distanzierte Vermittlung von gesellschaftlicher Realität das Subjekt zum Objekt abgewertet und ein Bild geschaffen wird, das Price im Weiteren für sich "ausschlachten" kann. Dabei ist eine solche Praxis umso Fakten verzerrender und desensibilisierend zugleich, als mit dem Berichten und damit Beurteilen von Medien über bereits medial vermittelte Realitäten ein weiterer Riegel vor die eigene Erfahrungswahrnehmung gesetzt wird.

Mit diesen korrigierenden, wenngleich banalen Eingriffen bei den widersprüchlichen Aussagen von Price punktet der Erzähler (Bateman) bei den Leserinnen und Lesern, was Teil von Ellis' Identifikationsstrategie ist. Diese werden durch die direkte Ansprache des Erzählers, der sie so beispielsweise über den Beruf seiner Freundin Evelyn, die eine Führungsposition innehat, aufgeklärt – "Evelyn is an executive at a financial services company, FYI" (13) – und in ihrer Sympathie für Bateman bestärkt. Doch der Erzähler geht noch einen Schritt weiter und teilt den Lesenden ganz direkt seine Gedanken und Ansichten mit:

Price began his spiel [the counting of bums on New York's streets] today over lunch and then brought it up again during the squash game and continued ranting over drinks at Harry's where he had gone on, over three J&Bs and water, much more interestingly about the Fisher account that Paul Owen is handling. Price will not shut up. (5)

Durch diese Art der Darstellung werden die LeserInnen langsam, aber stetig in die Position einer bzw. eines "Vertrauten" gedrängt; einer "vertrauten" Person, die bereits ahnt, dass Price und der Erzähler in ihrer Einstellung vieles gemein haben. Wie in obiger Textpassage streut Ellis von Anfang an Hinweise auf die Obsession des Erzählers mit dem Fisher-Kunden des Börsenagenten Paul Owen in den Text ein und gewöhnt die Leserinnen und Leser als seine "Vertrauten" daran. Als diese Obsession vonseiten des Erzählers – sie ist ein Leitmotiv im Text – schließlich in einem mörderischen Höhepunkt gipfelt, werden diese den längst angekündigten Mord abgestumpft und in Komplizenhafter Position *miterleben*.

Die LeserInnen sind – obwohl bereits mitten im Kapitel bzw. (Film-)Geschehen – noch immer im Unklaren über die Identität des Erzählers. Trotz erkennbarer Ansätze einer fehlenden Distanz zum Erzählten und der Subjektivität in der Darstellung sind sie aber von dessen dynamischer Erzählweise nichtsdestoweniger mitgerissen. Damit bewirkt Ellis auf emotionaler Ebene ein Ansteigen der Spannung dem Text/Film gegenüber. Diese wiederum erreicht ihren ersten Höhepunkt, als Ellis den Erzähler offiziell einführt. In einer typisch (republikanischen) sozialdarwinistischen Abhandlung über die Selbstverschuldung von Armut und Obdachlosigkeit nennt Price sein Gegenüber – den Erzähler – beim Namen:

'But then, when you've just come to the point when your reaction to the times is one of total and sheer acceptance, when your body has become somehow *tuned* into the insanity and you reach the point where it all makes sense, when it clicks, we get some crazy fucking homeless fucking nigger who actually *wants* – listen to me Bateman – *wants* to be out on the streets, this, *those* streets, see, *those* – he points – 'and we have a mayor who won't listen to her, a mayor who won't let the *bitch* have her way – Holy Christ – *let* the fucking bitch *freeze* to death, *put* her out of her own goddamn self-made misery, and look, you're back where you started, confused, fucked... Number twenty-four, nope, twenty-five... Who's going to be at Evelyn's?' (6)

Der Name Bateman erinnert spontan an den Comic-Helden "Batman", aber auch an Norman *Bates*, den Besitzer des Bates-Motels in Alfred Hitchcocks Klassiker *Psycho*. Tatsächlich bestätigt Ellis beide Assoziationen mit formalen wie inhaltlichen Zitaten aus der Comic-Welt des *Batman* als auch der Filmwelt von *Psycho*, was in einem späteren Exkurs dargelegt wird. Der Comic-Held Batman wie der Filmklassiker *Psycho* erlebten in den 1980er-Jahren ein (kommerzielles) Revival, welches sowohl mit der Zeitstruktur als



auch mit der Entstehungszeit des Romans (1986–89) parallel lief. Im Gegensatz zur fiktiven Kreation des Comic-Psychopathen Batman schuf Hitchcock seine Hauptfigur Bates nach dem realen Serienmörder Ed Gein. Gein wird von Bateman in einer Anekdote auch namentlich erwähnt, was eine weitere Verflechtung der beiden Texte vermuten lässt. Ein Charakteristikum beider assoziierter Populärkulturtexte ist jedoch die mehr oder weniger offensichtliche Bewusstseinsspaltung ihrer Protagonisten: Nach außen hin sind sowohl Bruce Wayne aus dem *Batman*-Comic als auch Norman Bates aus *Psycho* „normal“ und in die Gesellschaft integriert. Hinter dieser Fassade der „Normalität“ verbergen sich jedoch Psychopathen, die entweder in die (metaphorische) Maske der Fledermaus oder in die (verkleidete) Rolle der Mutter schlüpfen, um zu töten.

Von Anfang an weist Ellis auch auf eine solche psychopathische Doppelbödigkeit bei seinem Erzähler Patrick Bateman hin. Damit jedoch die von Ellis intendierte Identifikationsstrategie mit dem Erzählerprotagonisten „funktioniert“, muss Batemans Fassade der Normalität durch Sympathien bei den Leserinnen und Lesern erarbeitet werden. Timothy Price fungiert dabei als der unsympathischere Gegenspieler Batemans und Vorzeige-Yuppie, durch den die Lesenden (Zusehenden) in eine radikal materialistische Wertewelt eingeführt werden. Bateman und Price sind auf dem Weg zu Batemans Freundin Evelyn, welche die beiden zum Abendessen eingeladen hat. Dabei beobachtet Bateman:

[...] in a cab that's stopped in traffic across from this one, a guy who looks a lot like Luis Carruthers waves over at Timothy and when Timothy doesn't return the wave the guy – slicked-back hair, suspenders, horn-rimmed glasses – realizes it's not who he thought it was and looks back at his copy of *USA Today*. (5)

Bateman stellt dabei seine Sichtweise als die von Timothy dar, wobei die Art der Interpretation des Geschehens Rückschluss auf Bateman selbst bietet. Batemans Beschreibung des *guy* belegt bereits Merkmale des äußeren Erscheinungsbildes eines Yuppies, das sich im Laufe des Kapitels durch weitere Accessoires und Statussymbole wie gespiegelte Ray-Ban Sonnenbrillen<sup>1122</sup> und goldene Rolex Uhren ergänzt. Die Passage selbst deutet die Konformität der Gesellschaftsschicht an: Ein ähnliches (oder gleiches) Äußeres bzw. Statussymbole erwecken zwar Vertrautheit, vielleicht sogar ein Gefühl der Verbundenheit; die augenscheinliche Homogenität impliziert jedoch gleichzeitig die Austauschbarkeit der Figuren. Wenig später wiederholt sich dasselbe Szenario und bestätigt sich als Leitmotiv in Ellis' literarischer Veranschaulichung eines De-Individualisierungsprozesses im Hyperkonsumismus:

A figure with slicked-back hair and horn-rimmed glasses approaches in the distance, wearing a beige double-breasted wool-gabardine Cerruti 1881 suit and carrying the same tumi leather attaché case from D. F. Sanders that Price has, and Timothy wonders aloud, 'Is it Victor Powell? It can't be.' [...] The man passes by [...] and he glances at Price almost as if they were acquainted but just as quickly he realizes that he doesn't know Price and just as quickly Price realizes it's not Victor Powell and the man moves on. (7–8)

An dieser Textpassage fällt zusätzlich auf, dass Bateman die rein äußerlich bereits als Yuppie identifizierte Person wieder über ihre Kleidung, welche als teure und exklusive Designermode soziales Prestige vermittelt,

<sup>1122</sup> Vgl. Steurs Ausführungen zur metaphorischen Funktion der Sonnenbrille in LTZ, 68 ff. Auch da tragen alle Figuren Sonnenbrillen: "[...] Clays Sonnenbrille [wird] zum Zeichen seines Gleichseins und seiner Austauschbarkeit". Im Zusammenhang mit Jay McInerneys Roman *Bright Lights, Big City* erklärt Steur, dass die Sonnenbrille des Erzählers auf die im Roman "fehlende Bereitschaft und Fähigkeit, sich der Realität zu stellen, sein Leben kritisch zu reflektieren [verweist]. [...] Ohne seine Sonnenbrille sieht sich der Erzähler in seiner Welt des Scheins den Anforderungen der Außenwelt, die er als Bedrohung empfindet, nicht gewachsen [...], sie erschwert den Prozess der Selbsterkenntnis. Erst gegen Ende des Romans ist der Protagonist bereit, sich der Realität zu stellen und sein Selbst nicht länger durch eine 'Brille' zu sehen." In *American Psycho* geht Ellis einen Schritt weiter, indem die Figuren gespiegelte Sonnenbrillen tragen und sich über die Reflexion darin wahrnehmen. Das zeigt auch Batemans Selbstwahrnehmung über den Spiegel oder andere Reflexionsflächen wie Schaufenster etwa. Damit wird er – im Gegensatz zu Clay – auch nie einen Zugang zu sich selbst finden.

einführt. Als Bateman den Leserinnen und Lesern einige Seiten zuvor auch Timothy Price mittels peinlich detaillierter Kleidungsschilderung vorstellte, schien dies noch ein amüsanter Textmerkmal zu sein: “Price is wearing a six-button wool and silk suit by Ermenegildo Zegna, a cotton shirt with French cuffs by Ike Behar, a Ralph Lauren silk tie and leather wing tips by Fratelli Rossetti.” (4–5) Doch Patrick Bateman wird alle Personen im Text über ihre Kleidung einführen, wobei die abstrahierten Produktimages zur Unsichtbarkeit der Figuren selbst führen:

I count three silk-crepe ties, one Versace silk-satin woven tie, two silk foulard ties, one silk Kenzo, two silk jacquard ties. The fragrances of Xeryus and Tuscany and Armani and Obsession and Polo and Grey Flannel and even Antaeus mingle, wafting into each other, rising from the suits and into the air, forming their own mixture: a cold, sickening perfume. (110)

Mit dieser Passage verweist Ellis bereits auf die grundsätzlich oberflächliche Wahrnehmungsweise seines Erzählerprotagonisten. Die hohe Materialienqualität und Exklusivität der Designermode wiederum vermitteln über ihr soziales Prestige Tim Prices Mitgliedschaft in der Yuppie-Gesellschaft. Der Modestil selbst reflektiert einen “Typ”, der subtil über die Idealvorstellungen seiner Konsumentinnen und Konsumenten kreiert und durch clevere Werbestrategien vermarktet wird; einen Mode-Typ, der Individualität und damit Persönlichkeit vermitteln soll. Bateman reicht also bereits der Name des Designers (bzw. der Designerin), um aufgrund des sofort visualisierten Images die Menschen in seiner Umgebung kategorisch zu unterscheiden und diese dann auch, wie sich wenig später herausstellt, positiv oder negativ zu bewerten.

Noch auf dem Weg zu Evelyn verkündet Price Bateman, dass er seine Freundin Meredith, die nicht eingeladen ist, verlassen will: “She’s essentially *daring* me to like her. I’m gone. Why did it take me so long to realize that she has all the personality of a goddamn game-show host?” (6) Um eine Aussage über die Persönlichkeit seiner Freundin Meredith und ihre Eigenschaften zu treffen, zieht Price das Bild einer Talkshow-Gastgeberin (welche “pseudomäßig” Interesse und Mitgefühl vortäuscht) heran. Über ihr Image vermittelt Price den Leserinnen und Lesern, dass Meredith an ihm interessiert sei und eine weitere Beziehung mit ihr (scheinbare) emotionale Nähe und Tiefe implizieren würde. Diese Begriffe stehen jedoch im Gegensatz zu Prices oberflächlichem Beziehungsverständnis, welches sich wenig später anhand von Batemans simpler Frage, ob sie Evelyn Blumen mitbringen sollen, klärt. Mit dieser Frage bringt sich der Erzähler Bateman erstmals “offiziell” als Beteiligter ins (Film-)Geschehen ein und entpuppt sich über Prices brüskierte Reaktion als Evelyns Freund: “Nah. Hell, *you’re* banging her, Bateman. Why should *we* get Evelyn flowers?” (7) Diese abschätzige Äußerung scheint umso krasser, als Bateman kurz darauf ein Verhältnis zwischen Price und Evelyn andeutet; ganz nebenbei lässt Bateman aber auch (s)ein eigenes Verhältnis mit Courtney erahnen. Im Kapitel “Deck Chairs” (92–105) bestätigt sich diese Andeutung dann auch: Courtney ist die Freundin seines Kollegen Luis Carruthers, den Bateman auf der einführenden Taxifahrt sofort nach Price beiläufig erwähnt hat. Luis ist homosexuell, in Bateman verliebt und wird im homophoben Yuppie-Kreis peinlich gemieden. Luis wird Ellis aber auch für eine Schlüsselszene dienen, in der Batemans latente Homosexualität evident wird. In Prices (und Batemans) Welt haben tiefgehende Beziehungen jedoch keinen Wert, sondern werden schlichtweg durch oberflächliche Verhältnisse ersetzt, wobei der Objektcharakter von Frauen im Text bereits explizit ist.

Die Taxifahrt endet mit einer rassistischen Bemerkung dem Fahrer gegenüber, der wie alle Taxifahrer im Text nicht “caucasian” und daher aus existentiellen Gründen den (verbalen) Übergriffen der Yuppies

ausgeliefert ist. Timothy Prices Selbsteinschätzung als “sensitive. [...] ethical, tolerant” (6) wird damit nicht nur ironisch kontrastiert, sondern belegt die Entfremdung zwischen Selbstbild und Selbstdarstellung. Was mit dieser Kluft verloren gegangen zu sein scheint, ist jegliche Form von Menschlichkeit, wie das von Price initiierte und von Bateman ausgeführte Spiel mit dem Leid anderer Menschen belegt:

“Bingo: *thirty*”-wearing some sort of weird, tacky, filthy green jumpsuit, unshaven, dirty hair greased back, and jokingly Price holds the cab’s door for him. The bum, confused and mumbling, eyes locked shamefully on the pavement, holds an empty Styrofoam coffee cup out to us, clutched in a tentative hand.

“I suppose he doesn’t want the cab,” Price snickers, slamming the cab door. “Ask him if he takes American Express.”

“Do you take Am Ex?”

The bum nods yes and moves away, shuffling slowly. (7)

In Evelyns “brownstone” (Sandsteinhaus), welches ihr – gleich wie die Möbel – ihr Vater gekauft hat, werden Bateman und Price von Courtney empfangen. Courtney trägt, wie sich ironischerweise bei Batemans Vorstellung von Evelyn herausstellt, dieselbe Kleidung wie Evelyn (Variation in kursiver Schrift): “Evelyn is wearing a *Krizia cream silk blouse, a Krizia rust tweed skirt and the same pair of silk-satin d’Orsay pumps from Manolo Blahnik/Courtney has on.*” (8–9) Die “Designerkleidung” vermittelt zwar Partizipation im Yuppie-Kreis, hebt sich aber durch ihre Homogenität und Konformität in der Masse als individuelles Unterscheidungsmerkmal auf.<sup>1123</sup>

Als Bateman und Price die Wohnung betreten, spielen “the new Talking Heads” (8) sanft im Hintergrund. Auch Bateman besitzt ihre neue CD und ist damit im Trend. Entgegen Prices und Batemans Erwartungen wird nicht auswärts gegessen. Das missfällt den beiden Yuppie-Gästen, die ein Mahl in einem Restaurant, wo man/frau “sieht und gesehen werden kann” vorziehen. Price eilt zu Evelyn, die das *sushi* zubereitet. Zwischen Bateman und Courtney spielt sich ein kurzer Eingangsflirt ab. Der Wortwechsel der beiden erinnert dabei an eine Szene in einer schlechten Seifenoper:

“It’s good to see you,” I tell Courtney. “You look very pretty tonight. Your face has a . . . a youthful glow.”

“You really know how to charm the ladies, Bateman.” There is no sarcasm in Courtney’s voice. “Should I tell Evelyn you feel this way?” she asks flirtatiously. “No,” I say. “But I bet you’d like to.”

“Come on,” she says, taking my hands off her waist and placing her hands on my shoulders, steering me down the hall in the direction of the kitchen. “We have to save Evelyn. She’s been rearranging the sushi for the past hour. She’s trying to spell your initials – the *P* in yellowtail, the *B* in tuna – but she thinks the tuna looks too pale–”

“How romantic.”

“–and she doesn’t have enough yellowtail to finish the *B*”–Courtney breathes in–“and so I think she’s going to spell Tim’s initials instead. Do you mind?” she asks, only a bit worried. (9)

Evelyn befindet sich in einem hysterischen und angespannten Zustand und Price ist von dem “privaten” Abendessen genervt. Je machomäßiger und arroganter Price gegenüber Evelyn auftritt, desto zurückhaltender präsentiert sich Patrick Bateman – der *eigentliche* Freund/Partner von Evelyn – den Leserinnen und Lesern in diesem einführenden Kapitel. Aus einer beobachtenden, scheinbar unbeteiligten Außenseiterposition heraus schildert Bateman den Umgang der beiden miteinander. Als Price sich über

<sup>1123</sup>

Siehe den Eintrag zum Thema MODE in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

Evelyns Gäste aus *downtown*, ihren Künstlerfreund Stash<sup>1124</sup> und dessen Freundin Vanden, wegen ihres Aussehens entrüstet, ist Bateman angehalten, aktiv einzugreifen:

“Oh so that was a *girl* in there,” Price says. “Go take a look, Bateman,” he dares. “Let me guess. The East Village?” “Oh Price,” she [Evelyn] says flirtatiously, opening beer bottles. “Why no. Vanden goes to Camden and Stash lives in SoHo, so there.” I move out of the kitchen, past the dining room, where the table has been set, the beeswax candles from Zona lit in their sterling silver candleholders from Fortunoff, and into the living room. I can’t tell what Stash is wearing since it’s all black. Vanden has green streaks in her hair. She stares at a heavy-metal video playing on MTV while smoking a cigarette.

“Ahem,” I cough.

Vanden looks over warily, probably drugged to the eyeballs. Stash doesn’t move.

“Hi. Pat Bateman,” I say, offering my hand, noticing my reflection in a mirror hung on the wall – and smiling at how good I look. She takes it, says nothing. Stash starts smelling his fingers. Smash cut and I’m back in the kitchen. “Just get her out of there.” Price is seething. “She’s doped up watching MTV and I want to watch the goddamn MacNeil/Lehrer report.” Evelyn is still opening large bottles of imported beer and absently mentions, “We’ve got to eat this stuff soon or else we’re all going to be poisoned.” “She’s got a green streak in her hair,” I tell them. “*And she’s smoking.*” (11)

Während Bateman sich vorstellt, nimmt er sich selbst mittels Spiegelbild wahr. Er ist zufrieden mit seinem Selbstbild – er sieht gut aus – und lächelt seinem projizierten Image zu, wodurch sich Batemans Selbstwahrnehmung über sein Spiegelbild als Selbstentfremdung bereits erahnen lässt. Batemans (Selbst-)Vorstellung ist missglückt; er wird von den beiden wenig bis gar nicht beachtet. Mit der gönnerhaften und abgedroschenen Floskel – “Hi. Pat Bateman” – wird sich Bateman noch weitere Male im Roman vorstellen, und zwar immer Leuten, die nicht zum Yuppie-Kreis gehören. Bei Obdachlosen zum Beispiel provoziert Bateman damit einen ungewohnt komischen Effekt. Mit einem humoristischen Unterton wird Ellis die Leserinnen und Leser über viele grausame Banalitäten “hinwegretten” und gleichzeitig den Schock des auktorialen Affronts bei den Lesenden vergrößern. *American Psycho* ist in vieler Hinsicht ein komischer Roman, in dem je nach Situation alle Register – vom schwarzen Humor bis zur beißenden Satire – gezogen werden.

Bateman nimmt somit gleich wie Price eine ablehnende Haltung gegenüber Vanden und Stash ein und macht damit erstmals seine eigene Position als Yuppie in der beschriebenen Welt *explicit*. Diese Feststellung ist wichtig, um zu belegen, dass Bateman sich entgegen den unbewussten, da subtil wirkenden Sympathiewerteverschiebungen von Anfang an in keiner Weise von Price unterschieden hat. Mit dem visuellen “Abchecken” des Gastes Vanden treffen Bateman und Price ein Urteil, das sie am Ende des Abends mit den Worten “a cross between . . . The Limited and . . . used Benetton,” Price says, [...] “No.” I smile, [...] “Used Fiorucci.” (19) festhalten. Ein vernichtendes Urteil für Vanden, denn in Prices und Batemans Welt hat nur das Wert, was *neu* und *nicht gebraucht* ist. Diese Annahme belegt auch die anfangs dargestellte Kontrastierung zwischen der Armut auf den Straßen New Yorks und dem Yuppie Price. Aber auch Stash passt nicht in das äußere Yuppie-Schema: Er ist pummelig und bleich, hat mindestens 10 Pfund Übergewicht und trägt kurz geschnittenes Haar (15); ein Detail, das Bateman wenig später zur abschätzigen, jedoch entscheidenden Beurteilung von Stashes Haarschnitt als “cheap, bad haircut. A haircut that’s bad because it’s cheap.” (21) veranlasst. Sehr plakativ führt Ellis damit ein weiteres, gängiges Bewertungsschema ein: *billig* ist gleich *wertlos* bzw. nur das, was teuer ist, hat Wert. Alleiniger Maßstab für eine positive Wertschätzung der Menschen im Gesellschaftsportrait ist das Image eines Yuppies wie die folgende Textstelle belegt:

<sup>1124</sup> Vgl. Stash – den Bohemienkünstler aus SoHo – aus Tama Janovitz’ *Slaves of New York*.

Stash doesn't speak. Even though he is probably uncomfortable at the table with us since he looks nothing like the other men in the room—his hair isn't slicked back, no suspenders, no horn-rimmed glasses, the clothes black and ill-fitting, no urge to light and suck on a cigar, his net worth a pittance—still, his behavior lacks warrant and he sits there as if hypnotized by the glistening piece of sushi and just as the table is about to finally ignore him, to look away and start eating, he sits up and loudly says, pointing an accusing finger at his plate, 'It moved!' (13)

Stash passt in kein vorgegebenes Schema, weswegen Bateman auch keine eigenen Worte für eine Beschreibung außerhalb seines Gesellschaftskreises findet. Als Stash das auf einem Essstäbchen aufgespießte *sushi*-Stück beim Verlassen des Hauses in seine Jackentasche steckt, ist Bateman von dessen "Kunststück" und Verhalten völlig erschüttert: "Am I the only one who grasped the fact that Stash assumed his piece of sushi was—I cough, then resume—a pet?" (17) Als Evelyn Bateman mitteilt, dass Stash HIV-positiv sei und sie glaube, dass er mit Vanden schlafen werde, ist Batemans Kommentar dazu sarkastisch: "Good." (23) Stash und Vanden, die den Westernklassiker *High Noon* für einen Film über "marijuana farmers" (20) hält, sind für Bateman wertlos. Auf diese Begebenheit verweist Ellis auch an anderer Stelle, als Vanden in einem East-Village-Blatt einen Artikel mit dem bedeutungsschwangeren Titel "THE DEATH OF DOWNTOWN" liest. Stash und Vanden dienen Ellis als Aushängeschilder auf Evelyns Gästeliste zur Kontrastierung der präsentierten Yuppie-Welt und zur Veranschaulichung der Korrumpierung der Kunstszene in den 1980er-Jahren.<sup>1125</sup> Diese ersten Beurteilungsmaßstäbe illustrieren bereits, dass der Yuppie-Lebensstil zu einer "imaginären" Wertegesellschaft geführt hat.

Batemans abschätzige Meinungsäußerung über das Aussehen und Verhalten von Vanden und Stash – im Grunde genommen bestätigt er Prices Urteil – provoziert bei Price scheinbare Verachtung:

"Bateman," Tim says, still glaring at Evelyn.

"Yes?" I say. "Timothy?"

"You're a dufus."

"Oh leave Patrick alone," Evelyn says. "He's the boy next door. That's Patrick. You're not a dufus, are you, honey?" Evelyn is on Mars and I move toward the bar to make myself another drink.

"Boy next door." Tim smirks and nods, then reverses his expression and hostilely asks Evelyn again if she has a lint brush. Evelyn finishes opening the Japanese beer bottles [...]

"I have to talk to you," Evelyn says.

"What about?" I come up to her.

"No," she says and then pointing at Tim, "to Price."

Tim still glares at her fiercely. I say nothing and stare at Tim's drink.

"Be a hon," she tells me, "and place the sushi on the table. Tempura is in the microwave and the sake is just about done boiling . . ." Her voice trails off as she leads Price out of the kitchen. (11–12)

Diese Textpassage belegt nicht nur mehr Intimität zwischen Price und Evelyn als zwischen Evelyn und ihrem Freund Bateman, sondern auch Batemans Position in dem Dreiergespann: Er wird von Price sofort in seine Schranken verwiesen. Evelyns Inschutznahme von Bateman vor Price mittels ihrer Charakterisierung als "boy next door" einerseits und ihr verschwörerischer Umgang mit Price andererseits drücken bereits ihre eigene (stille) Bewunderung für Price aus. Batemans Position ist in dem Rollenspiel als Außenseiter (in der eigenen Beziehung) festgelegt, womit Ellis bei den Leserinnen und Lesern von *American Psycho* zum ersten Mal – und paradoxerweise – Mitgefühl und damit positives Interesse für seinen Protagonisten produzieren

---

<sup>1125</sup> Siehe den Eintrag zum Thema KUNST in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

wird. Die Beziehung Bateman – ZuseherIn wird subtil verändert. Die Charakterisierung “The boy next door” ist übrigens eine weitere Anspielung des Autors auf einen Serienmörder, nämlich auf den 1989 hingerichteten Ted Bundy, der mit seiner medialen Selbstvermarktung als liebenswerter, höflicher und daher harmlos wirkender “Junge von nebenan” den Grundstein für eine seit Mitte der 1980er-Jahre anhaltende idealisierende Vermarktung von Serienmördern gelegt hat.

Nach dieser offensichtlichen Demütigung, der noch weitere folgen werden, versucht Bateman den vermeintlichen Gesichtsverlust in der Gruppe und bei den Leserinnen und Lesern wieder wettzumachen. Während des Essens – selbst zu einem Akt hochstilisiert – legt Bateman plötzlich mit einem Vortrag über die amerikanische Innen- und Außenpolitik los.<sup>1126</sup> Die Rede selbst ist eine prägnante Zusammenfassung Reaganscher Regierungspolitik und Rhetorik und besticht – sachgemäß – durch ihre Widersprüche und Gegensätzlichkeit:<sup>1127</sup> In einem symbolischen “wir” gehalten, betont Bateman zum einen, dass das nukleare Wettrüsten verlangsamt, die Apartheid und der Welthunger beendet, ein Nahostfriedensabkommen ausgehandelt und der Terrorismus gestoppt und Amerikas starke nationale Verteidigung aber auch gesichert werden müsse. Die Ausbreitung des Kommunismus in Zentralamerika ebenso wie militärische Einsätze der USA in Übersee müssen verhindert werden, Amerikas Position als angesehene Weltmacht müsse jedoch sichergestellt bleiben. Die innenpolitischen Anliegen, führt Bateman weiter aus, seien nicht weniger drängend als die außenpolitischen, sogar *drängender*: So müsse ein Mittel gegen die AIDS-“Epidemie” gefunden und diese kontrolliert werden, gleich wie strengere Gesetze gegen Kriminalität und illegale Drogen eingeführt werden müssen. Die Pflegebetreuung für die älteren MitbürgerInnen müsse erschwinglicher und verbessert werden, gleich wie die allgemeine Grund- und Mittelschulbildung verbessert werden muss und eine solide College-Ausbildung auch für die Mittelschicht leistbar sein müsse. Der Einfluss der lobbyistischen Political Action Committees müsse eingeschränkt und die Umweltverschmutzung bekämpft werden, die natürlichen Ressourcen und Wildnisgebiete müssen geschützt werden, während Wirtschaftswachstum und Unternehmensexpansionen wiederum gefördert werden müssen. Gleichzeitig müssen die Zinsen niedrig gehalten und gegen die Bundeseinkommenssteuer muss energisch zu Felde gezogen werden. Dagegen müssen mittelständische Unternehmen gefördert sowie Fusionen und große Firmenübernahmen schärfer kontrolliert werden. Der Grund liege in der amerikanischen Wirtschaftssituation, so Bateman: “[...] economically we’re still a mess.” (15) Und er führt fort: Insofern müsse ein Weg gefunden werden, um die Inflationsrate zu senken und die Staatsverschuldung zu verringern. Ausbildungs- und Arbeitsplätze für Arbeitslose müssen geschaffen werden, gleichzeitig jedoch müssen amerikanische Arbeitsplätze, die durch ausländische Importe aus Billiglohnländern gefährdet seien, gesichert bleiben. Amerika müsse in den neuen Technologien eine Spitzenposition erreichen. “But we can’t ignore our social needs either.” (15) Die Menschen müssen davon abgehalten werden, so Bateman in seinem Plädoyer weiter, den Sozialstaat zu missbrauchen. Obdachlosen müsse Nahrung und Unterkunft gewährt und der Rassendiskriminierung muss entgegengetreten werden. Die Bürgerrechte und die Gleichberechtigung für Frauen müssen gefördert werden, gleichzeitig aber auch die Abtreibungsgesetze zugunsten des Schutzes ungeborenen Lebens geändert werden, die Entscheidungsfreiheit für Frauen jedoch muss gewährleistet bleiben. Die illegale Einwanderung müsse kontrolliert werden, vor allem jedoch müsse eine Rückkehr zu den traditionellen moralischen Werten propagiert sowie der Präsentation von Sex und Gewalt in Fernsehen, Film und Unterhaltungsmusik Einhalt

---

<sup>1126</sup> Vgl. AP 15–16.

<sup>1127</sup> Vgl. die 1. und 2. Antrittsrede (20. Januar 1981 bzw. 21. Januar 1985) des US-Präsidenten Ronald Reagan in *Actor, Ideologue, Politician: The Public Speeches of Ronald Reagan*, 176–80, 268–72.

geboden werden. Bateman beschließt seinen Vortrag mit den Worten: “Most importantly we have to promote general social concern and less materialism in young people.” (16)

Mit diesem Ende hätten Mythos und amerikanische Realität durch den Vortragenden selbst nicht besser kontrastiert werden können: Der Yuppie Bateman ist durch und durch Materialist und steht gleich wie Price sozialen Problemen indifferent gegenüber, was deren unmenschliches (hänselndes und beleidigendes) Verhalten bettelnden Menschen gegenüber an früherer Stelle bereits gezeigt hat. Auch die Reaktion der Gäste auf Batemans “Monolog” ist dementsprechend: “The table sits facing me in total silence. [...] Timothy just shakes his head in bemused disbelief. Evelyn is completely mystified by the turn the conversation has taken and she stands, unsteadily, and asks if anyone would like dessert.” (16) Eine gesellschaftspolitische Rede betrifft sie und ihre Welt, in der es nur um soziales Prestige, um mehr Geld und Erfolg geht einfach nicht. Es ist eine Welt, in der Bateman sich bereits mit dem Gedanken “I am rich—millions are not” (392) über Probleme hinwegdenken kann. Die Tragweite der Kluft zwischen Batemans Alltagsrealität und der politischen Realität auf den Straßen New Yorks wird vor allem durch Batemans Vortragsweise begreifbar: Monoton und mediengerecht aufbereitet legt Bateman seine Ansichten über die Notwendigkeit einer wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Reform der amerikanischen Gesellschaft dar, ohne die Widersprüche darin zu bemerken. Bateman geht es nicht um den Inhalt, sondern um das Image, das ihm ein solcher “politischer” Vortrag vermittelt. Denn Wert hat in Batemans Alltag gleich wie in Prices nur das, was Warencharakter besitzt, was besessen und ausgetauscht werden kann – das neueste Rolex-Modell, Kreditkarten, Kunden-Account; kurzum das, was verfügbar ist und zum öffentlichen Image eines Yuppies beitragen kann. Damit hat auch eine eigene Meinung keinen Wert, sondern man/frau bedient sich ihrer genauso wie der Informationen aus der Zeitung oder der Börsenprophetieungen.

Die Reaktionen auf den Vortrag frustrieren die Erwartungen des Zusehers bezüglich der erhofften Tiefe im Text, halten diesen aber darin gebannt. Diese Passage stellt den Anfang eines “Erwartungs- und Frustrationsmusters” dar, welches Ellis sehr geschickt und auf unterschiedliche Art und Weise in den Text/Film verwoben hat, um das bleibende Interesse der Lesenden (bzw. Zusehenden) für seinen oberflächlichen Text zu sichern. Um von Anfang an über die immer größere und evidentere Diskrepanz im Text zwischen Batemans erzählendem und erlebendem Ich hinwegzuhieven – “der Film” in unserem Kopf wird mit dem Weiterlaufen durch Filmbrüche, Widersprüche und Zeitsprünge im Monolog immer konfuser –, benutzt Ellis das grundsätzliche voyeuristische Interesse der Lesenden (bzw. Zusehenden), um die Leerstellen im Text zu stopfen und Sinn vorzutäuschen.<sup>1128</sup> Die LeserInnen (bzw. ZuseherInnen) werden dabei langsam und kontinuierlich aufgerieben.

Batemans Fassade der Normalität ist durch einen immer wieder aufflammenden, machomäßigen Schlagabtausch zwischen ihm und Price – in diesem Kapitel und in den folgenden – gesichert. Damit will Ellis ein verdecktes Machtspiel zwischen den beiden suggerieren, die Lesenden (bzw. Zusehenden) jedoch unterschwellig für den Erzähler gewinnen: Price provoziert Bateman, indem er sich an dem Abend wie ein intimer Freund Evelyns verhält und Bateman immer wieder drängt, in seiner Position als Evelyns Freund Stellung zu beziehen. Evelyn verteidigt Bateman weitere Male gemäß dem vorher beschriebenen Schema, wobei Batemans augenscheinliche Passivität, später auch in Evelyns Schlafzimmer, die LeserInnen (bzw.

---

<sup>1128</sup> Vgl. Eagleton, 153–64.

ZuseherInnen) in ihren Mitleids- bzw. Sympathiegefühlen ihm gegenüber bestärken soll: “Leave Patrick alone. He’s the boy next door,” Evelyn says, rubbing some kind of cream into her face. “You are not an extraterrestrial, are you honey?” (18) Bateman lässt keine Reaktion nach außen dringen, nur für die LeserInnen visualisiert er (s)einen inneren Zustand: “I concentrate on the Absolut and cranberry I’m holding and it looks like a glassful of thin, watery blood with ice and a lemon wedge in it.” (19) Wenig später – als Timothy Price über Vanden herzieht – wiederholt sich die Szene:

“Oh god,” Timothy moans. “I am so sick of hearing *Camden*-girl problems. [...] –god, how *boring*. College kids. It *matters*, you know? It’s *sad*, right Bateman?”

“Yeah. Matters. Sad.”

“See, Bateman agrees with me,” Price says smugly.

“Oh he does *not*.” With a Kleenex Evelyn wipes off whatever she rubbed on. “Patrick is *not* a cynic, Timothy. He’s the boy next door, aren’t you honey?”

“No I’m not,” I whisper to myself. “I’m a fucking evil psychopath.” (19–20)

Will es der Zufall oder nicht, Batemans erster eigener Hinweis auf seine Kehrseite – sein Psychopathendasein – bleibt ungehört, so wie es auch alle weiteren “mörderischen” Ankündigungen, Taten und Geständnisse des Erzählers sein werden.<sup>1129</sup> Das heißt, für sein Umfeld ungehört, nicht jedoch für die LeserInnen (bzw. ZuseherInnen), die somit von Anfang an als Mitwissende ins Filmgeschehen einbezogen werden. Aber sie sind auch die einzigen Zeuginnen und Zeugen der Verbrechen und Perversionen des Erzählers, welche dieser, zumeist aus einer beobachtenden, nüchternen und scheinbar unbeteiligten Position heraus, zu beschreiben versucht; so zum Beispiel eine mögliche Untreue seiner Freundin, die Bateman nach außen hin kalt zu lassen scheint. Es gelingt ihm jedoch selten eine distanzierte Narration, was wiederum eine unterschwellige Spannung zwischen Erzähler und den Leserinnen und Lesern (bzw. den Zuseherinnen und Zusehern) ob deren Erwartungshaltung provoziert. Nachdem Courtney ihren Freund Luis noch in einem “neuen” Club treffen will und auch Vanden und Stash gegangen sind, um sich in SoHo “Stoff zu beschaffen”, bleiben Timothy, Evelyn und Patrick übrig. Nach einer Schimpftirade über die “unpassenden” Gäste Vanden und Stash, durch die Price und Bateman die eigene Souveränität beweisen, unterstellt Evelyn Price, dass er Haare verliere und zugenommen habe. Price kontert damit, dass sie einen Selbstbräuner benutze. Evelyn und Price attackieren einander ausschließlich über ihr Äußeres, wobei sie sich wiederum über ihr Spiegelbild wahrnehmen. Bateman beobachtet die beiden dabei:

He [Price] walks over to Evelyn and bows next to her, checking out his reflection in the mirror. [...] She studies Tim’s head in the mirror [...] He looks deep into the mirror. She continues brushing her hair but the strokes are less definite because she’s looking at Tim. He notices this and then smells her neck and I think he licks at it quickly and grins. [...] Now Price is on his knees and he smells and sniffs at Evelyn’s bare legs and she’s laughing. I tense up...I lie on the bed watching the two of them. Timothy is in her lap trying to push his head under the Ralph Lauren robe. Evelyn’s head is thrown back with pleasure and she is trying to push him away, but playfully, and hitting him only lightly on his back with her Jan Hové brush. I am fairly sure that Timothy and Evelyn are having an affair. Timothy is the only interesting person I know. (21–22)

Abgesehen von der Information, dass der Paradyuppie und angedeutete Nebenbuhler Timothy Price ironischerweise die einzig interessante Person in Batemans Bekanntenkreis ist, zeigt die Passage auf entwaffnende Art und Weise, was Ellis durch die Umsetzung seines Textes als sprachlich visualisierten Films immer wieder bewirken wird: Durch das Einbinden der LeserInnen (bzw. der ZuseherInnen) in den Text/Film über ihr voyeuristisches Interesse werden diese in ihrer Wahrnehmung nach und nach

<sup>1129</sup> Vgl. AP 20, 121, 141, 206, 216, 241, 295, 338, 352 und 387 ff.



abgestumpft. Bateman erzählt den Leserinnen und Lesern (bzw. Zuseherinnen und Zusehern) das Geschehen, wobei der "Spiegel" und die "Widerspiegelung" (Metaphern für die Kinoleinwand und deren Projektion auf das Publikum) Batemans Erzählung in ihrer Qualität als Film, der auf das Lese-/Zuschauerpublikum zurückgeworfen wird, bestätigen werden. Batemans Blick ist die Filmkamera, welche durch die Ansprache des Erzählers und dessen vertrauliche Informationen an die LeserInnen (bzw. ZuseherInnen) zum Betrachten seines Films einlädt und diese dadurch zu seinen Komplizinnen und Komplizen macht. Bateman ist ein Voyeur, der – wie die LeserInnen des Textes – beim Betrachten seines Films selbst zum beobachteten Objekt wird.

Nachdem Price gegangen ist, stellt Bateman Evelyn die für die LeserInnen entscheidende Frage, warum sie nicht mit Price zusammen sei:

After he leaves I pour myself a brandy and drink it from a checkered Italian tumbler and when I come back to the bedroom I find Evelyn lying in bed watching the Home Shopping Club. I lie down next to her and loosen my Armani tie. Finally I ask something without looking at her.

"Why don't you just go for Price?"

"Oh god, Patrick," she says, her eyes shut. "Why Price? Price?" And she says this in a way that makes me think she has had sex with him. "He's rich," I say, "Everybody's rich," she says, concentrating on the TV screen. "He's good-looking," I tell her. "Everybody's good-looking, Patrick," she says remotely. "He has a great body," I say. "Everybody has a great body now," she says. [...] After attempting to have sex with her for around fifteen minutes, I decide not to continue trying.

She says, "You know you can always be in better shape."

I reach for the tumbler of brandy. I finish it. Evelyn is addicted to Parnate, an anti-depressant. I lie there beside her watching the Home Shopping Club – at glass dolls, embroidered throw pillows, lamps shaped like footballs, Lady Zirconia – with the sound turned off. (23–24)

Das Gespräch, das sich vor dem Hintergrund vorbeiflimmernder Kaufangebote am Fernsehbildschirm zu einem schematischen Frage-Antwort-Spiel entwickelt, liefert durch Evelyns Part in Batemans Darstellung eine grundlegende Außenperspektive auf den Erzähler selbst: Bateman ist gleich wie Price und jede andere Romanfigur in dieser exklusiven, statusbezogenen und snobistischen Gesellschaft reich, schön, "gut" gebaut und damit austauschbar. Da Batemans, Prices und Evelyns Lebenswelt ausschließlich auf materiellen Reichtum gründet, legt dieser folglich auch die Art und den Wert der Beziehungen im Text fest: Imaginäre wie reale Beziehungen werden darin unter dem Aspekt ihres Warencharakters betrachtet und sind als solche organisiert, wobei die Werteverchiebung vom Subjekt zum Objekt offensichtlich und die Entfremdung von sich selbst und damit eine Ent-Emotionalisierung impliziert sind. Mit dem Wissen um die eigene Austauschbarkeit formuliert Evelyn das – auch Bateman bekannte und internalisierte – Credo einer materialistischen Gesellschaft: "You know you can always be in better shape". Es ist der seit den 1980er-Jahren von allen Seiten propagierte und in alle Lebensbereiche eingedrungene Glaube an die eigene Machbarkeit, wobei die Religion dafür Konsum heißt: Evelyns Ausspruch belegt nicht nur die psychologische Grundlage für den Konsum, den "constant state of desire" (einen andauernden Wunschzustand), der eine hyperkonsumistische Gesellschaft kennzeichnet, sondern illustriert die Triebkraft des Textes.

Diese Passage in *American Psycho* sollte der einzige Versuch einer intimen Annäherung in der rein platonischen Beziehung von Bateman und Evelyn bleiben, welche an ihrer verbalen und sexuellen Kommunikation scheitert. Plakativ stellt Ellis der körperlichen Sinnesbetäubung durch den Konsum von Alkohol und Medikamenten (Drogen) die geistige Sinnesbetäubung durch den passiven Konsum von

Bilderwelten im Fernsehen entgegen. Batemans und Evelyns Konsumverhalten hat sich auch auf ihre Sexualität ausgewirkt: So hat die Sinnesübersättigung bei Evelyn zu Passivität im Verhalten geführt, während Bateman, der nach dem Abend bei Evelyn noch nachhause geht, Sex über ein Bild konsumiert: "I masturbate, thinking about first Evelyn, then Courtney, then Vanden and then Evelyn again, but right before I come—a weak orgasm—about a near-naked model in a halter top I saw today in a Calvin Klein advertisement." (24)

Look at sex in the 80s. [...] It was frightening, laced with danger, impersonal, something to be bought, negotiated. And when people, like those in my book, are so obsessed with the surface sheen of life, sex cannot be any more than that. How do you square something as organic and primitive as sex with an obsession with appearance, money and status? It can no longer be the satisfying outgrowth of a relationship. (Bret Easton Ellis)<sup>1130</sup>

Mit dem Eingangskapitel von *American Psycho* ist bereits der materialistische Mikrokosmos des Romans in seinen Grundzügen ausgelegt und das Genre des Romans, eines Films, suggeriert. Das Schlussbild des ersten Kapitels wiederum zeigt noch subtil die Position der Leserinnen und Leser (bzw. ZuseherInnen) als Zeuginnen und Zeugen, MitwisserInnen und Voyeurinnen und Voyeure: Die LeserInnen kennen weder die "fiktive" Evelyn noch Courtney oder Vanden; doch die Chance ist groß, dass sie sich an eines der "realen" magersüchtigen Mädchen aus der Calvin Klein-Kampagne in den 1980er-Jahren erinnern. Die LeserInnen werden somit ein spezifisches Bild visualisieren und werden wie Bateman zu Voyeurinnen und Voyeuren und damit schlussendlich zu realen Komplizinnen und Komplizen beim Akt. Die Frage nach den "April Fools" stellt sich nach diesem Einstieg wohl nur mehr als rhetorische Frage.

Das zweite Kapitel wirkt – wie ein (Film-)Szenenwechsel – leicht beruhigend auf die bereits aufgewühlte Leserschaft.

## Der Hyperkonsument

In the early light of a May dawn this is what the living room of my apartment looks like: . . . (24)

Mit diesen – klar an (s) e i n Publikum gerichteten – Worten beginnt Batemans monologische Selbstdarstellung, sozusagen als individuelle Gegendarstellung zur anfangs porträtierten Homogenität der Yuppie-Welt. Von nun an wird Bateman seine Individualität und Identität durch exzessiven Konsum unterschiedlicher Lebensstile und Prestigeprodukte bis hin zu kannibalischen Ritualen bei sich und den Leserinnen und Lesern immer wieder unter Beweis zu stellen versuchen. "Morning" (24–30) lautet dieses zweite Kapitel von *American Psycho*, in dem Bateman die LeserInnen über die morgendliche Alltagsroutine in seinem Luxusapartment schrittweise in seinen Lebensalltag einführt. Das Morgenritual wiederum stellt einen ersten und unumgänglichen Vorgeschmack auf Batemans Zwanghaftigkeit dar:

[...] Over the white marble and granite gas-log fire hangs an original David Onica. It's a six-foot-by-four-foot portrait of a naked woman, mostly done in mute grays and olives, sitting on a chaise longue watching MTV, the backdrop a Martian landscape, a gleaming mauve desert scattered with dead, gutted fish, smashed plates rising like a sunburst above the woman's yellow head, and the whole thing is framed in aluminum steel. The painting overlooks a long white down-filled sofa and a thirty-inch digital TV set from Toshiba; it's a high-

---

<sup>1130</sup> Cohen, "Bret Easton Ellis Answers Critics of 'American Psycho'," C13.

contrast highly defined model plus it has a four-corner video stand with a high-tech tube combination from NEC with a picture-in-picture digital effects system (plus freeze-frame); the audio includes built-in MTS and a five-watt-per-channel on-board amp. A Toshiba VCR sits in a glass case beneath the TV set; it's a super high-band Beta unit and has built-in editing function including a character generator with eight-page memory, a high-band record and playback, and three-week, eight-event timer. [...] a black ebony Baldwin concert grand piano [he never plays it]. A polished white oak floor runs throughout the apartment [...] Steuben glass animals placed strategically around expensive crystal ashtrays from Fortunoff, though I don't smoke. [...] A downfilled futon lies on an oak wood frame in the center of the bedroom. (24–25)

Bateman bewohnt eine technisch-sterile Welt, in der das übermächtige David Onica Bild – groteskes Symbol von Kommunikations- und Leblosigkeit – in geradezu wahnwitzigem Kontrast zu einer teuren, exklusiven und neuesten Hightech-Kommunikationstechnologie<sup>1131</sup> steht. Bateman zählt die Geräte ausschließlich mit ihrem Markennamen auf (ein Verweis auf die werbetechnische Praxis der “Pseudo-Individualisierung” homogener Produkte in der heutigen Welt), was deren funktionelle Banalität krass hervorhebt. Wichtig scheint in Batemans Welt nur die Größe des Fernsehbildschirms, die Höchstauflösung des Fernsehbildes, eine starke Klangresonanz oder die multifunktionale Fernbedienung zu sein; ganz so, als wolle er ein möglichst “authentisches” Stück Fernsehrealität einfangen oder seine Realitätswahrnehmung gestalten. Beim intensiven Lesen der Beschreibung seiner Hightech-Wohnung fällt auf, dass Patrick Bateman den Videorecorder derselben Marke gleich zweimal besitzt (was dem Konzept eines “individuellen” Produktes widerspricht) – einen VCR im Wohn- und einen im Schlafzimmer. In Anbetracht des breiten Spektrums an den im Text erwähnten Markengeräten überliest sich dieses nicht unwichtige Detail in Batemans Lebenswelt leicht. Die technischen Details und die Art der Geräte wiederum belegen den Übergang von einer Konsumkultur zur “entmenschlichten” (anonymen) elektronischen Kultur. Aber auch die Designerwaren – peinlich genau nach Markennamen ausgewählt – scheinen pure Statushalter zu sein, so wie seine klassische Wurlitzerbox und ein Yamaha-Klavier, obwohl Bateman gar nicht Klavier spielt (382): Ihr alleiniger Zweck ist Batemans Image gemäß der transportierten (Medien-)Meinung, *wie* ein Yuppie lebt, zu kreieren und zu bestätigen. Die grundsätzlich strategische “Platzierung” jedes einzelnen Designerstücks, die von Bateman kontrollierte künstliche Ausleuchtung der Wohnung und das Weiß der Möbel und Böden implizieren eine sterile und abgeschiedene, geradezu leblose Wohnatmosphäre:

I'm not sure if the time on the Sony digital alarm clock is correct so I have to sit up then look down at the time flashing on and off on the VCR, then pick up the Ettore Sottsass push-button phone that rests on the steel and glass nightstand next to the bed and dial the time number. (25)

Auch Batemans Angewohnheit (zumeist auf seiner Rolex), die Zeit zu überprüfen, lässt ahnen, dass hier ein zwanghafter Charakter am Werk ist, der durch strenge äußerliche (An-)Ordnung einem innerlichen Chaos entgegenzuwirken scheint.

In bed I'm wearing Ralph silk pajamas and when I get up I slip on a paisley ancient madder robe and walk to the bathroom. (25–26)

Was nun folgt, ist Batemans akribisch geschilderte Morgentoilette, bei der die Abhängigkeit des Protagonisten von den Vorgaben der Werbe- und Medienwelt bereits sprachlich impliziert und seine größte Sorge, nicht jung und gepflegt auszusehen (Batemans perfekt gestylte Haare, sein Lächeln mit den weißen Zähnen und sein dunkler Teint sind repräsentativ dafür) angesprochen wird:

---

<sup>1131</sup> Siehe den Eintrag zum Thema TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

I urinate while trying to make out the puffiness of my reflection in the glass that encases a baseball poster hung above the toilet. After I change into Ralph Lauren monogrammed boxer shorts and a Fair Isle sweater and slide into silk polka-dot Enricon Hidolin slippers I tie a plastic ice pack around my face and commence with the morning's stretching exercises. Afterwards I stand in front of a chrome and acrylic Washmobile bathroom sink – [...] – and stare at my reflection with the ice pack still on. (26)

Mit einem prüfenden Blick in den Spiegel und auf sein Spiegelbild – Batemans Art und Weise, sich selbst wahrzunehmen – beginnt des Protagonisten Selbstbestätigung nach dem Motto “Ich konsumiere, also bin ich”:

I pour some Plax antiplaque formula into a stainless-steel tumbler and swish it around my mouth for thirty seconds . . .

Then I squeeze Rembrandt onto a faux-tortoise-shell toothbrush and start brushing my teeth (too hung over to floss properly-but maybe I flossed it before bed last night?) and rinse with Listerine.

Then I inspect my hands . . . I check my toenails . . .

Then I use the Probright tooth polisher and next the Interplak tooth polisher (this in addition to the toothbrush) which has a speed of 4200rpm and reverses direction forty-six times per second; the larger tufts clean between teeth and massage the gums while the short ones scrub the tooth surfaces.

I rinse again, with Cepacol.

I wash the facial massage off with a spearmint face scrub. The shower has a universal all-directional shower head that adjusts within a thirty-inch vertical range. [...]

In the shower I use first a water-activated gel cleanser, then a honey-almond body scrub, and on the face an exfoliating gel scrub. Vidal Sassoon shampoo is especially good at getting rid of the coating of dried perspiration, salts, oils, airborne pollutants and dirt that can weigh down hair and flatten it to the scalp which can make you look older . . . the conditioner is also good, . . . without weighing down the hair which can also make you look older.

On weekends or before a date I prefer to use . . . These are formulas that contain D-panthenol . . .

Over the weekend I plan to go over to Bloomingdale's or Bergdorf's and on Evelyn's advice pick up a Foltene European Supplement and Shampoo for thinning hair which contains complex [...]

Once out of the shower and toweled dry I put the Ralph Lauren boxers back on and before applying the Mousse A Raiser, a shaving cream by Pour Hommes, I press a hot towel against my face for two minutes to soften . . .

Then I always slather on a moisturizer (to my taste, Clinique) . . .

You can rinse it off or keep it on and apply a shaving cream over it . . . which I've found makes removing the hair easier. [...]

Always wet the razor . . .

Never use cologne on your face, since . . . makes you look older . . .

One should use . . .

Applying a moisturizer is the final step . . .

If the face seems dry and flaky – which makes it look dull and older – use . . .

[...] (it can also make your tan look darker).

Then apply an anti-aging eye balm (Baume Des Yeux) followed . . .

A scalp-programming lotion is used after I towel my hair dry. I also lightly blow-dry the hair to give it body and control (but without stickiness) . . .

I pull the sweater back on and reslip my feet into the polka-dot silk slippers, then head into the living room and put the new Talking Heads in the CD player . . . (26–28)

Batemans Liste an "Schönheitsprodukten" belegt den in den 1980er-Jahren erfolgten Durchbruch der Männer in der Kosmetikbranche.<sup>1132</sup> Batemans Darlegung seiner Morgentoilette (Ellis hat ihm dafür zwei volle Seiten geboten) besticht durch die peinliche Offenheit, die der Protagonist dem Lesepublikum entgegenbringt und bei diesem am Ende des "Morning"-Kapitels ein unbehagliches Gefühl (vielleicht von Mitleid?) hinterlassen wird. Ellis provoziert dieses Gefühl des Unbehagens durch den im Text innewohnenden Widerspruch zwischen der Selbstwahrnehmung des Protagonisten Patrick Bateman und dessen Präsentation. Dieser Widerspruch wirkt in dieser Passage beispielhaft und grundlegend für die weitere Einschätzung Patrick Batemans als "unzuverlässiger" Erzähler. Bateman versucht sich als Mann der Aktion (I do ...) und zugleich als individueller Charakter herauszustellen, wobei ihm seine Sprache (als Ausdruck seiner Identität) einen Strich durch die Rechnung macht. Die Sprache stellt sich beim intensiven Lesen als Konglomerat verschiedener Register heraus, das die LeserInnen in ein Wechselbad der Gefühle taucht: So zieht Bateman die Lesenden mit einer Frage oder einem Detail über die eigenen Vorlieben ins Vertrauen, um sie im nächsten Moment mit einer trockenen Produkt- oder Werbeinformation zu überrumpeln. Bateman rutscht vom spezifischen Detail zum Gemeinplatz von einem Mai-Morgen zu einem x-beliebigen Morgen, wodurch die Morgentoilette des Protagonisten letztendlich Routinecharakter erhält. In die Beschreibung von Batemans Körperhygiene mischen sich banale Informationen über die benutzten Produkte, Geräte und Infrastrukturen, was jegliche Distanz zwischen dem Protagonisten und seinem Umfeld – dem Produktangebot – aufzuheben scheint. Bateman scheint keine Kontrolle über seine Sprache und damit über sich selbst zu haben; er entblößt sich damit nicht nur visuell, sondern vor allem sprachlich.<sup>1133</sup> Obwohl der Erzählerprotagonist "checkt", "kontrolliert" und "agiert", erschöpfen sich seine Aktionen bei genauerem Hinsehen in einem einzigen Konsumieren, aber auch in einem "Konsumiertwerden", wie der Gebrauch seiner Produkte zeigt: Er wäscht, reinigt, scheuert, bürstet, putzt, schrubbt, peelt und spült eine Körperschicht nach der anderen weg. Es ist Ellis, der Batemans Allmacht und Handlungsfähigkeit als Charakter sprachlich unterminiert und zeigt, dass Bateman dem Werbediktat des Produktangebots – evident an dem formalen (gesellschaftlichen) *Muss* – ausgeliefert ist, und der damit *American Psycho* eine politische Dimension verleiht.

Batemans Morgenroutine findet seine Fortsetzung in der Küche, nachdem der Erzähler Schmerztabletten und Aufbaupräparate geschluckt und die Zeitung *USA Today* vor dem Eingang aufgehoben hat (aber nicht lesen wird). In der Beschreibung der mit den neuesten Designergeräten ausgestatteten Küche (Batemans Blick bleibt dabei längere Zeit "ahnungsvoll" auf einem Handmesser der Firma Black & Decker hängen) mischt sich Produktinformation mit banaler Hintergrundinformation (wie beispielsweise, dass Batemans ältere chinesische Haushälterin vergessen hat, die Spülmaschine einzuschalten). Danach folgt Batemans Zubereitung (s)eines exklusiven, kargen Gesundheitsfrühstücks – gemäß dem Trend der 1980er-Jahre hat Bateman sogar einen Ernährungsberater (277) – bestehend aus einer vitaminreichen, fett- wie kalorienarmen Kost:

I eat kiwifruit and a sliced Japanese apple (they cost four dollars each at Grisede's) out of aluminum stage boxes that were designed in West Germany. [...] I eat half of the bran muffin after it's been microwaved and oat-bran cereal with wheat germ and lightly covered with a small helping of apple butter. A bowl of oat-bran cereal with wheat germ and soy milk follows; another bottle of Evian water and a small cup of decaf tea after that. (28)

<sup>1132</sup> Siehe den Eintrag zum Thema SCHÖNHEITSWAHN in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>1133</sup> Siehe den Eintrag zum Thema SPRACHE in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

Dieses Frühstück wird übrigens das einzige Essen im Text bleiben, das Bateman als Yuppie-Protagonist tatsächlich zu sich nimmt (alle anderen erwähnten Mahlzeiten wird er nicht anrühren). Es folgt eine erste visuelle Selbstbeschreibung des Erzählerprotagonisten; es ist Batemans offizielle Einschreibung in den Text:

The suit I wear today is from Alan Flusser. It's an eighties drape suit, which is an updated version of the thirties style. The favored version has extended natural shoulders, a full chest and a bladed back. The soft-rolled lapels should be about four inches wide with the peak finishing three quarters of the way across the shoulders. (29)

Die Langatmigkeit der Produkt- und Kleiderbeschreibungen erzeugt einen monotonen Rhythmus, der Ellis' erster spürbarer Hinweis auf die Monotonie eines Konsumentendaseins darstellt. Die Überladung der Sätze mit Markennamen bzw. Adjektiven zur genaueren Produktbeschreibung im Text dokumentiert plakativ Batemans Existenz als Konsument; dies beginnt die LeserInnen aufzureiben: Denn deren Leseerfahrung mit diesem – zunächst durchaus “realistisch” anmutenden – Roman wird durch das Einfügen von verschiedenen Produktsprachen erstmals völlig destabilisiert (und minimiert wiederum die Wahrscheinlichkeit, dass *American Psycho* als “realistischer” Roman gelesen werden kann). Angelangt am Tiefstpunkt ihres Interesses am Text, kurz vor dem Ende des zweiten Kapitels, werden die LeserInnen Erlösung aus der Konsum-Litanei suchen und dabei jede Form von Abwechslung, die Ellis ihnen bietet, gleichsam gierig aufgreifen. Und siehe da, ganz unerwartet und übergangslos reiht Bateman – nun vollständig angezogen – ein weiteres Detail in seine Morgenroutine, die “*Patty Winters – Talkshow*”. Und wie sich im Laufe des Textes herausstellen wird, ist Bateman von der morgendlichen Talkshow abhängig; sie strukturiert seinen Lebensalltag und damit auch die Textrealität von *American Psycho*. Die *Patty Winters Show* – sie stellt ein Konglomerat verschiedener Talkshows aus den 1980er-Jahren dar<sup>1134</sup> – wird mit ihren immer absurder werdenden Themen am eindeutigsten die Unzuverlässigkeit Batemans als Erzählerautorität und seine offensichtliche Zwanghaftigkeit, Perversität und Dementia dokumentieren. Allerdings erhalten die LeserInnen nur einmal – in der folgenden Textpassage – Informationen über die Moderatorin Patty und ihre Art, Gesellschaftsthemen zu präsentieren:

The shoes are crocodile loafers by A. Testoni. While I am dressing the TV is kept on to *The Patty Winters Show*. Today's guests are women with multiple personalities. A nondescript overweight older woman is on the screen and Patty's voice is heard asking, “Well, is it schizophrenia or what's the deal? *Tell us.*”

“No, oh no. Multiple personalities are *not* schizophrenics,” the woman says, shaking her head. “We are *not* dangerous.”

“Well,” Patty starts, standing in the middle of the audience, microphone in hand. “Who were you last month?”

“Last month it seemed to be mostly Polly,” the woman says.

A cut to the audience – a housewife's worried face; before she notices herself on the monitor, it cuts back to the multiple personality woman.

“Well,” Patty continues, “now who are you?”

“Well . . .,” the woman begins tiredly, as if she was sick of being asked this question. As if she had answered it over and over again and still no one believed it. “Well, this month I'm...Lambchop. Mostly . . . Lambchop.”

A long pause. The camera cuts to a close-up of a stunned housewife shaking her head, another housewife shaking her head, another housewife whispering something to her.

The shoes I'm wearing are crocodile loafers by A. Testoni. (29–30)

<sup>1134</sup>

Siehe den Eintrag zum Thema TALKSHOW in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

Durch Batemans Blick werden die Funktionsmechanismen einer Talkshow veranschaulicht, gleich wie der Voyeurismus und die Sensationsgier des Publikums, das sich am Leid anderer Menschen ergötzt, entlarvt werden. Hierbei schleicht sich in Batemans neutralen Bericht über den Ablauf des Gesprächs seine subjektive Wertung über die (Mit-)Gefühle der Frauen ein, was Bateman wiederum ein menschliches Gesicht verleihen und die LeserInnen für sich gewinnen soll. Allerdings wird eine solche Wahrnehmung sofort wieder kontrastiert: Batemans Einblick in die Talkshow wird nämlich von ein und derselben Produktinformation, und zwar welche Schuhe er an diesem Morgen trägt, eingeleitet und abgeschlossen, womit das Leid am Bildschirm mit dieser gleichgesetzt und damit banalisiert wird. Gleichzeitig stellt sich der Erzählerprotagonist wieder in den Mittelpunkt des Interesses, wodurch sich nicht nur Batemans (grundsätzliche) emotionale Gleichgültigkeit manifestiert, sondern auch die LeserInnen unerwartet mit dem eigenen Konsumverhalten konfrontiert werden. Letztere werden aber gar keine Zeit haben, sich damit auseinanderzusetzen, denn sie werden mit derselben Leichtigkeit und Zügigkeit, die Bateman beim Verlassen seines Apartments an den Tag legt, aus dem Kapitel gedrängt:

Grabbing my raincoat out of the closet in the entranceway I find a Burberry scarf and matching coat with a whale embroidered on it (something a little kid might wear) and it's covered with what looks like dried chocolate syrup crisscrossed over the front, darkening the lapels. I take the elevator downstairs to the lobby, rewinding my Rolex by gently shaking my wrist. I say good morning to the doorman, step outside and hail a cab, heading downtown toward Wall Street. (30)

Geschickt hat Ellis in "Morning" den Blick der Leserin bzw. des Lesers vom Wohnzimmer ins Schlafzimmer, ins Bad, in die Küche, in die Eingangshalle und auf die Straße gelenkt und dabei gezeigt, wie Bateman sich als vermeintliche "Persönlichkeit" in den Filmtext einschreibt. Durch Batemans Konsum verschiedener Produktimages und durch das visuelle "Konsumieren" seines Apartments seitens der LeserInnen wird der Protagonist im zweiten Kapitel für sich selbst und das hyperkonsumistische Lesepublikum zum "Yuppie" und damit zur erstmals "sichtbaren" Erzählerfigur. Die Routine und Wahrnehmungsbeschreibung des Erzählerprotagonisten bei seiner Selbstpräsentation (unter anderem auch Batemans mysteriöser Hinweis auf eine wahrscheinlich mit "Schokolade" beschmutzte Kinderkleidung in seiner Wohnung) werden nichtsdestoweniger zwiespältige Gefühle bei den Leserinnen und Lesern hervorrufen. Ein intensives Lesen des Textes sowie Batemans zwanghaftes Festhalten aller Produkte über ihre Markennamen haben bereits erkennen lassen, dass Batemans Existenz über die konsumierten Produkte – sprich mittels deren Images – konstruiert wurde. Als "mixture of *GQ* and *Stereo Review* and *Fangoria*<sup>1135</sup> . . . and *Vanity Fair*"<sup>1136</sup> ist Bateman kein eigenständiger Charakter, sondern ein (austauschbares) Produkt seines gesellschaftlichen Umfelds. Eine solche Erkenntnis – gleich zu Anfang des Textes – wäre für Ellis' intendierte Identifikationsstrategie mit seinem Erzählerprotagonisten abträglich. Daher folgt der intimen und monotonen Selbstdarstellung von Bateman sofort ein Wechsel in Filmrhythmus und -thematik.

Die folgenden Kapitel zeigen Bateman mit seinen Yuppie-Kollegen nach der Arbeit beim Aperitif in der traditionsreichen Bar "Harry's", beim Abendessen im Restaurant "Pastels" und in der Diskothek "Tunnel". Bateman führt die LeserInnen in den Kreis seiner Kollegen ein, wobei der Yuppie-Feierabend und Batemans Position im Yuppie-Milieu (der 1980er-Jahre) beleuchtet werden. Gleich wie im Eingangskapitel "April Fools" stellt Ellis dabei den "kaltschnäuzigen, arroganten" Timothy Price in den Vordergrund der Handlung, wodurch die Sympathien der LeserInnen wiederum auf Bateman verschoben werden. Die Position des

<sup>1135</sup> Ein amerikanisches Fanmagazin über Horrorfilme und Horror-Sammlerstücke, das zehnmal im Jahr erscheint.  
<sup>1136</sup> Love, 49: Bret Easton Ellis über seine Erzählerfigur Patrick Bateman.

Erzählerprotagonisten wird daher wieder zweierlei sein: Als Yuppie ist Bateman zwar Insider, doch durch die starke Gegenposition der Figur des Timothy Price und die verschiedenen, in den Dialogen hergestellten Außenperspektiven auf Bateman wird Bateman von den Leserinnen und Lesern verstärkt als passiver Charakter und Außenseiter in der Yuppie-Welt empfunden. Damit vermag sich Bateman immer wieder von der schrecklichen Banalität und Absurdität der Themen, die seine Kollegen aufwerfen, abzuheben und die Sympathien der LeserInnen einzuheimsen. Durch spritzige Dialoge – vom Autor entworfen und von der Erzählerfigur Bateman im Schuss/Gegenschuss-Verfahren präsentiert – und durch neue Inhalte bzw. Inhaltsvariationen wird zunächst jegliche aufkeimende Monotonie vermieden.

Bateman und Price – beide arbeiten bei P & P – treffen in Harry's Bar auf die Kollegen Craig McDermott und David Van Patten, später auf Preston und auf den bereits erwähnten, homosexuellen Luis Carruthers, der an der Theke unmissverständlich ignoriert wird. Diese Kollegen stellen im Text ein Kontinuum an erkennbaren Personen dar und werden in der Clique auch namentlich nicht verwechselt. Das Gesprächsniveau ist tief und bietet einen stammtischhaften Einblick in ihr soziales Leben: McDermott und Van Patten wirken mit ihrer kindisch-naiven Art als Gegenpaar zu Timothy Price und Patrick Bateman, die abgeklärt erscheinen. Erstere sitzen über einem Modequiz, welches sie für die Zeitschrift *GQ* ausfüllen. Bateman stellt sich (gleich wie Tim Price) als Experte in Kleiderfragen heraus, ganz nach dem Motto: "Is it proper to wear tasseled loafers with a business suit or not?" (31). Begleitet von einem Drink nach dem anderen liefern sich Batemans Kollegen in Macho-Manier sexistische Schlagabtausche über Affären, die sich letztendlich als misslungene "blow-jobs" herausstellen. Alle Frauen werden im Text als "hardbody", "chick", "dumb bitch" bzw. "cunt" oder nach ihrer Nationalität diskriminierend benannt; der Wert der Frauen wird allgemein jedoch an der Größe der Brüste, des Hinterns und der Stöckelschuhe gemessen: "definite model type: thin, okay tits, no ass high heels . . . She does have an ass." (42) Es ist damit rein sprachlich bereits erkennbar, dass Frauen nur als Sexobjekte und Statussymbole wahrgenommen werden. So dient die Beziehung zu Frauen aus demselben sozialen Yuppie-Umfeld oder ein Seitensprung als Bestätigung des eigenen Egos sowie zur Steigerung des Ansehens. Umgekehrt sind die karriereorientierten, durchaus emanzipierten Frauen im Text weniger an Sex, sondern an der Erfüllung ihrer gesellschaftlichen Rolle interessiert – und da zeigt *American Psycho* als Populärkulturtext sehr adäquat das Verhältnis zwischen Mann und Frau in den 1980er-Jahren auf: Trotz finanzieller Unabhängigkeit bewerten sich alle Frauen in Batemans näherem Umfeld als Ehefrau oder als Mutter, über die Erfüllung oder Nicht-Erfüllung traditioneller weiblicher Rollenbilder. Nichtsdestoweniger haben auch diese Frauen Affären, weil diese – in der porträtierten (Männer-)Welt – den eigenen Marktwert steigern. Ein Verhältnis mit Timothy Price würde demnach Evelyns Ansehen bei Bateman steigern. Die Kluft zwischen Frauen und Männern ist groß, wie das Aneinandervorbeisprechen im Text belegt. Frauen und Männer leben in der porträtierten Yuppiewelt nebeneinander und erfüllen die von ihrem sozialen Umfeld, einer patriarchalisch ausgerichteten Gesellschaft, vorgefassten und festgelegten Erwartungen.

Mit dem Sexismus geht auch die Homophobie<sup>1137</sup> einher. Kollegen, die nicht ins Schema passen oder aber Erfolg haben, werden als schwul – als "zipperheads" und "faggots" – bezeichnet und damit im Yuppie-Kreis deklassiert. Auch Bateman, der nach außen hin die rassistischen und antisemitischen Witze und Bemerkungen seiner Kollegen verurteilt, wird von Price als "schwul" und als "voice of reason" bezeichnet. Mit einer Anspielung auf Evelyn und deren Charakterisierung von Bateman als "the boy next door" lockt

---

<sup>1137</sup> Siehe den Eintrag zum Thema AIDS und HOMOPHOBIE in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.



Price Bateman schließlich aus der Reserve (aus seiner Beobachterposition) und verwickelt diesen in einen “kindischen” Schlagabtausch unterhalb der Gürtellinie:

“Yeah, a boy next door who according to you let a British corporate finance analyst intern sodomize him up the ass,” I say ironically.

“I said you were the voice of reason,” Price says. “I didn’t say you *weren’t* a homosexual.”

“Or redundant,” Preston adds.

“Yeah,” I say, staring directly at Price. “Ask Meredith if I’m a homosexual. That is, if she’ll take the time to pull my dick out of her mouth.”

“Meredith’s a *fag hag*,” Price explains, unfazed, “That’s why I’m dumping her.” (37)

Bei eingehender Betrachtung zeigt sich, wie Ellis den Text durch eine strenge sprachliche Komposition verdichtet. Als McDermott Bateman an späterer Stelle an Yuppie-Arroganz und Wissen fast übertrifft, beginnt Bateman McDermotts Kleidung zu beschreiben und mit einem günstigen Herrenparfüm (von Givenchy) aus den 1980er-Jahren zu ergänzen:

“McDermott’s sweating profusely and reeks of Xeryus.” (208)

“McDermott is wearing [...], and he reeks of Xeryus.” (248)

Neben der identischen Satzstruktur vermittelt Ellis damit unterschwellig, dass Bateman McDermott nicht “riechen” kann. Solche verbalen Attacken sind Teil des Yuppie-Jargons und scheinen den Akteuren als Selbstbestätigung zu dienen. Sie haben – mit diesem Beispiel – auch die mangelnde Souveränität des Erzählerprotagonisten Bateman gezeigt. Und Batemans politisch korrigierendes Verhalten provoziert seine Kollegen: “Bateman, you are some kind of morose bastard,” Preston says. “You should stop reading all those Ted Bundy biographies.” (38) Abgesehen von dieser absurden Art jemanden zu beleidigen, erfahren die LeserInnen erstmals von Außenstehenden über Batemans eigenartige Vorliebe und erleben die Reaktion seiner Kollegen darauf. Genervt werden sie Batemans kontinuierliche Serienmörderanspielungen zur Kenntnis nehmen, die sie grundsätzlich kalt lassen. So spielt Bateman bei einem weiteren Tischgespräch unter Yuppie-Kollegen mit der Erwähnung des Serienmörders Ed Gein auf seine eigene Sichtweise von Frauen, “chicks”, an und beginnt über seine Wahrnehmung von Realität zu sinnieren:

“*Ed Gein?*” one of them asks. “Maitre d’ at Canal Bar?”

“No,” I say. “Serial killer, Wisconsin in the fifties. He was an interesting guy.”

“You’ve always been interested in stuff like that, Bateman,” Reeves says, and then to Hamlin, “Bateman reads these biographies all the time: Ted Bundy and Son of Sam and *Fatal Vision* and Charlie Manson. All of them.”

“So what did Ed say?” Hamlin asks, interested.

“He said,” I begin, “When I see a pretty girl walking down the street I think two things. One part of me wants to take her out and talk to her and be real nice and sweet and treat her right.” I stop, finish my J&B in one swallow.

“What does the other part of him think?” Hamlin asks tentatively.

“What her head would look like on a stick,” I say.

Hamlin and Reeves look at each other and then back at me before I start laughing, and then the two of them uneasily join in.

“Listen, what about dinner?” I say, casually changing subjects. (92)

Mit Batemans abrupter Überleitung auf das Abendessen nimmt Ellis dem Spektrum realer Serienmörder in den 1980er-Jahren den Schrecken. Diese Technik ist Teil der verbalen Strukturierung des gesamten Textes: Bateman wird nach einer Serienmörderanspielung bzw. Auflistung von Grausamkeiten diese zumeist mit einem Leitsatz über das Essen “abschließen” und damit banalisieren. Der folgende Gesprächsverlauf zeigt

paradigmatisch die anfängliche Unsicherheit seiner Kollegen, aber auch das geweckte Sensationsinteresse und eine abgestumpfte Haltung zu Gewalt wie ein späterer Schlagabtausch im "Yale Club" zeigt. Auch dieser beginnt harmlos mit dem beliebten Yuppie-Kleiderspiel:

"What are the rules for a sweater vest?" Van Patten asks the table. [...]

"Well, according to Bruce Boyer-" I begin . . .

"Wait." Van Patten stops me. "Is he with Morgan Stanley?"

"No." I smile. "He's not with Morgan Stanley."

"Wasn't he a serial killer?" McDermott asks suspiciously, then moans. "Don't tell me he was another serial killer, Bateman. *Not* another serial killer."

"No, *McDufus* he wasn't a *serial* killer," I say, turning back to Van Patten, but before continuing turn back to McDermott. "That really pisses me off."

"But you *always* bring them up," McDermott complains. "And always in this casual, educational sort of way. I mean, I don't want to know anything about Son of Sam or the fucking Hillside Strangler or Ted Bundy or Featherhead, for god sake."

"Featherhead?" Van Patten asks. "Who's Featherhead? He sounds exceptionally dangerous."

"He means Leatherface," I say, teeth tightly clenched. "Leatherface. He was part of the Texas Chainsaw Massacre."

"Oh." Van Patten smiles politely. "Of course."

"And he *was* exceptionally dangerous," I say.

"And now okay, go on. Bruce Boyer, what did *he* do? . . . Let's see—skin them alive? Starve them to death? Run them over? Feed them to dogs? What?"

"You guys," I say, shaking my head, then teasingly admit, "He did something *far* worse."

"Like what – take them to dinner at McManus's new restaurant?" McDermott asks. [...]

"Did you have the meat loaf?" McDermott asks.

"The meat loaf?" Van Patten's in shock. "What about the *interior*. What about the fucking *tablecloths*?" . . .

"Gentlemen." I cough. "Ahem. I hate to interrupt, but . . ."

"Okay, okay, go on." McDermott says. "Tell us more about Charles Moyer."

"Bruce Boyer," I correct him. "He was the author of *Elegance: A Guide to Quality in Menswear*." Then as an aside, "And no, Craig, he wasn't a serial killer in his spare time." [...]

Again I'm interrupted by McDermott.

"Remember that while the vest should be in keeping with the color and the style of the suit, completely avoid matching the vest's pattern with your socks or tie," McDermott says smiling at me, at Van Patten.

"I thought you hadn't read this . . . this book," I stammer angrily. "You just told me you couldn't tell the difference between Bruce Boyer and . . . and John Wayne Gacy."

"It came back to me." He shrugs. [...]

"You'll look like . . ." I say, then suddenly upset, turn back to McDermott. "*Featherhead?* How in the hell did you get Featherhead from Leatherface?"

"Ah, cheer up, Bateman," he says, slapping me on the back, then massaging my neck . . .

"Keep touching me like this," I say, eyes shut tight, entire body wired and ticking, coiled up ready, *wanting* to spring, "and you'll draw back a stump."

"Whoa, hold on there, little buddy," McDermott says, backing off in mock fear. The two of them giggle like idiots and give each other high-five, completely unaware that I'd cut his hands off, and much more, with pleasure.

The three of us, David Van Patten, Craig McDermott and myself are sitting in the dining room of the Yale Club at lunch . . . (153–56)

Mit der normalerweise am Anfang eines Kapitels stehenden traditionellen Einführung in Zeit, Ort und Personen schließt Bateman das angeregte und mörderische Tischgespräch ab, um sich in einer schier endlosen Beschreibung seines Umfeldes zu ergehen. Diese Gesprächspause ist nicht nur für die Romanfiguren erholsam, sondern dürfte vor allem die leicht aufgewühlten LeserInnen beruhigen, auch wenn

das eben Erfahrene mit dem Monolog über das Restaurant/Essen banalisiert und ein "Hyper-Konsumieren" von trendigen Restaurants mit dem kannibalistischen Verhalten von Serienmördern vom Autor bewusst gleichgesetzt wird. Mit diesen Textpassagen über reale Serienmörder zeigt Ellis weiter die abstumpfende Wirkung tradierter Populärkulturtexte und zugleich Batemans indifferentes gesellschaftliches Umfeld auf.

Batemans Umfeld ist egozentrisch und nimmt auch Bateman ausschließlich über sein Image, sein Aussehen und Benehmen wahr. Ein Image, das sich Bateman zwar sorgsam und routinemäßig von der Morgen- bis zur Abendtoilette schafft, das aber eben nur seine "Künstlichkeit" und "Austauschbarkeit" im Yuppiekreis belegt. Bateman wird eingangs immer wieder als "Hamilton", später als "Marcus Halberstam" verwechselt und mit dem Kompliment "nice tan" begrüßt. Bateman scheint sich also von seinem homogenen Umfeld nur rein äußerlich über seinen "dunkleren" Teint zu unterscheiden, den er sich "like *everyone else*" (48) über das Sonnenbett holt.<sup>1138</sup> Batemans Austauschbarkeit und die seiner Yuppie-Kollegenschaft und GeschäftspartnerInnen wird literarisch mittels Namensverwechslungen, die sich leitmotivisch durch den Roman ziehen, umgesetzt. Viele Namen wiederum vermitteln bereits über ihr Image Herkunft, Bildung und Stellung der Wall Street-Akteure (und -Akteurinnen), suggerieren beispielsweise "weiß, Oberschicht, traditionsreiche Familiengeschichte mit Ivy League- oder Seven Sisters-Bildung, einer guten Ausbildung" wie David Van Patten, Amanda Kittridge, Craig McDermott, Connolly O'Brien usw. oder verweisen auf eine (elitäre) jüdische Herkunft wie Louise Samuelson, Sally Rubinstein, Melanie und Taylor Grassgreen. Den Hinweisen auf real existierende Ausbildungsstätten (wie auf die Colleges Vassar, Radcliffe, Rollins oder die Universitäten Stanford, Columbia, Yale ...), auf elitäre Vereinigungen (wie den Princeton Club, Knickerbocker-Club, The New York Yacht Club usw.) und auf reale Personen wie Donald Trump und Malcolm Forbes mischt Ellis noch zusätzlich viele fiktive Namen bei, die allein aufgrund des sprachlich vermittelten Images als Originalzitate akzeptiert und von aufmerksamen Zeitgenossinnen und -genossen aus den 1980er-Jahren vielleicht als fiktiv ausgemacht würden. Mit dieser Mischung aus Fakt und Fiktion weist Ellis übrigens auch geschickt auf die Unmöglichkeit des Einzelnen hin, in einer übersättigten Konsumkultur noch Fälschungen auszumachen und verleiht zugleich der beschriebenen Welt Mondanität, Glitzer und Glamour. Und sie ist auch ein Stilmittel des Autors, um seine LeserInnen, die den Roman gerade aufgrund der vielen wiedererkannten Populärkulturtexte als sehr real empfinden werden, im Text gebannt zu halten.

In Batemans oberflächlichem Umfeld wird sich "Mann" (Frauen sind als Kolleginnen nicht präsent) in "Harry's", im "Pastels" oder im "Tunnel" zwar grüßen, aber nicht erkennen: "everyone looks familiar, everyone looks the same" (61). Einzig die *accounts* – "he [the guy]'s worth eight hundred *million*" (43) – die Kundenkonten und die Stellung ihrer Händler gelten neben der Kleidungsbeschreibung als (unsicheres) Erkennungsmerkmal und sind Gegenstand des Yuppie-Small Talks. Denn sie illustrieren den sozialen Erfolg des Einzelnen in dieser Welt:

"Where is Morrison interning?"

"I forget," Preston says, scratching his head. "Lazard?"

"Where?" McDermott presses. "First Boston? Goldman?"

"I'm not sure," Preston says. "Maybe Drexel? Listen, he's just an assistant corporate finance analyst and his ugly, black-tooth girlfriend is in some dinky *rathole* doing leveraged *buyouts*."

... "That's *not* Morrison," Price says. "Who is it then?" Preston asks, taking his [sun-] glasses off again.

"That's Paul Owen," Price says.

"That's not Paul Owen," I say. "Paul Owen's on the other side of the bar. Over there."

---

<sup>1138</sup> Vgl. Freeses Ausführungen über die Sonnenbräune (den *tan*) in *Modes of Narrative*, 82.

Owen stands at the bar wearing a double-breasted wool suit.  
 “He’s handling the Fisher account,” someone says.  
 “Lucky bastard,” someone else murmurs.  
 “Lucky *Jew* bastard,” Preston says.  
 “Oh, Jesus, Preston,” I say. “What does *that* have to do with anything?” (36–37)

Gleich wie die Figuren im Text durch die Namensverwechslungen entpersonalisiert werden, werden die Kunden-Accounts wiederum durch das Vorsetzen eines (Firmen-)Namens personalisiert. Zugleich fällt auf, dass über die Wall Street-Jobs als Immobilienhändler und Börsenmakler (*traders* und *brokers*) selbst gar nicht diskutiert wird. Für eine Auseinandersetzung mit *co-workers* (die nicht erkannt werden) und Konkurrenten reicht allein das projizierte Firmenimage, wie auch Batemans Blick im Nachtlokal “Tunnel” demonstriert:

[...] the Chandelier Room, which is jammed with guys from Drexel, from Lehman’s from Kidder Peabody, from First Boston, from Morgan Stanley, from Rothschild, from Goldman, even from Citibank for Christ sakes, all of them wearing tuxedos, holding champagne flutes, [...] (54)

Doch auch real existierende Wall Street-Firmen werden parodistisch verfremdet. Es handelt sich um große Unternehmen, deren Namen und Verantwortliche in den 1980er-Jahren tagtäglich die Wirtschafts- und High Society-Seiten der Zeitungen und Zeitschriften schmückten und Auftritte in Radio und Fernsehen hatten. Die Indifferenz und Skrupellosigkeit vieler Firmen dem einzelnen Menschen gegenüber übersetzt Ellis in *American Psycho* mit Batemans “Oberflächlichkeit” beim Zitieren: So wird die Rechtsanwaltskanzlei Milbank, Tweed, Hadley and McCloy zu “Milbank Tweed” und “McClo”, die Lehman Brothers zu “Lehman’s”, die Datenverarbeitungsfirma Kidder Peabody and Company Inc. zu “Kicker Peabody” und die New Yorker Immobilienfirma “Feathered Nest” zu “The Feathered Nest”, was wohl nur mehr eine auktoriale Verunglimpfung der jungen Yuppie-Aspiranten sein kann.

Der Grundtenor der Unterhaltung lässt sich auch im Restaurant “Pastels” auf folgenden Nenner bringen: “Zeig dem anderen das Neueste, was du hast, dann bist du etwas.” In ihrer Statusbesessenheit geht es Bateman und seinen Kollegen nur darum, sich neben der Eroberung von Frauen mit einer (materiellen) Akquisition nach der anderen zu übertrumpfen – sei es mit dem Sonnenbett in der eigenen Wohnung, mit Kreditkarten oder Visitenkarten, die bei Bateman “Emotionen” wecken: “‘Raised lettering, pale nimbus white . . .’ [...] I pick up Montgomery’s card and actually finger it, for the sensation the card gives off to the pads of my fingers” (45). Der daraufhin folgende Schlagabtausch wird dabei lautstark vor einer im Text immanenten Geräuschkulisse ausgetragen und ist dementsprechend aggressiv, wie Batemans erster hysterischer Anfall beim Bestellen der *perfekten* Pizza in “Pastels” belegt: “No one wants the fucking *red snapper pizza*! A pizza should be *yeasty* and slightly *bready* and have a *cheesy* crust!” (46) Batemans Wutausbruch ist zwar situationskomisch, als leidenschaftliches Plädoyer für ein “Produkt” jedoch etwas befremdlich. Den “emotionalen” Ausrutscher macht Bateman sofort mit einem großzügigen Trinkgeld für die Kellnerin und dem Hinweis, im Lokal für Ruhe zu sorgen, wieder wett. Dafür erntet er Anerkennung in seinem Kollegenkreis: “Bateman? . . . You are pure prep perfection.” (47) Diese Passage sollte nicht der erste Hinweis auf die mentale Instabilität und das labile Selbstbewusstsein des Erzählerprotagonisten sein. Batemans unkontrolliertes Verhalten hatte sich den Leserinnen und Lesern schon zuvor – auf dem Weg zum Restaurant – angekündigt:

I'm on the verge of tears by the time we arrive at Pastels since I'm positive we won't get seated but the table is good, and relief that is almost tidal in scope washes over me in an awesome way. (39)

Abgesehen von der Eigentümlichkeit dieses intimen Geständnisses sind Restaurants (gleich wie Bars und Diskotheken, also öffentliche Räume, wo gemeinsam "konsumiert" wird) zentral im Leben Batemans und seiner Kollegen; ihr – von einem unentwegten Schließen und Öffnen getragener – Hype wird zur Allegorie für eine schnelllebige und konsum(zentr)ierte Zeit: Um ein besonderes, ein neues und überbeuertes, aber trendy und luxuriöses Lokal auszuwählen und dort zu reservieren, investieren die Romanfiguren nämlich Unmengen bis hin zu Stunden ihrer "kostbaren" Zeit. Für die Auswahl des Lokals sind dabei meistens die Empfehlung und das Urteil des *New York Times*-Kritikers Bryan Miller ausschlaggebend, welche ausführlich diskutiert werden.<sup>1139</sup> Noch im "Pastels" stürzt Van Patten unvermutet vom Tisch zur Telefonkabine, da er vergessen hat, einen bestimmten Spielfilm auf Video aufzuzeichnen. Im Restaurant wird mit der Platin-AmEx-Kreditkarte ganz nach dem Motto bezahlt "[t]he total is \$ 475, much less than we expected" (51), der Stadstreicher vor dem Lokal wird gehänselt und im Taxi zum Nachtlokal "Tunnel" nervt Price den Fahrer mit einem *running gag*, dem wiederkehrenden Witz "Did anyone know cavemen got more fiber than we do?" (51) ...

Der Smalltalk belegt die Asozialität von Batemans Umfeld; es ist eine Welt, in der positive wie negative Emotionen fehlen bzw. durch eine allgegenwärtige Langeweile ersetzt sind. Der Smalltalk bietet auch einen Vorgeschmack auf die unzähligen Dialoge, die sich den Leserinnen und Lesern in *American Psycho* präsentieren. Diese stellen sich jedoch nie als echter Austausch zwischen den Figuren dar. Vielmehr zeichnet Ellis das Bild einer Generation, die durch ständige Informationsflut und mediale Übersättigung aktives Partizipieren gegen Passivität und Apathie eingetauscht hat. Batemans Treffen mit seinen Kollegen sind von egozentrischen Schlagabtauschen gekennzeichnet, Batemans Rendezvous mit seinen Dates oder seiner Freundin Evelyn ein einziges Aneinandervorbeireden. Die Gewichtung der Ereignisse in Batemans Reproduktion für das Lesepublikum variiert in Länge je nachdem, ob es sich um ein angenehmes Konsumieren (lange und zusammenhängende Sätze) oder um ein unangenehmes, da unkontrolliertes Reagieren auf seine Umwelt (kurze und abgehackte Phrasen) handelt. Ellis bietet mit diesen scheinbaren "Dialogen" zwar einen Einblick in die Lebenswelt des Erzählerprotagonisten, doch sein Motiv dürfte ein ganz anderes sein: Die realistisch anmutenden Dialoge verleihen Bateman "menschliche" Züge, wodurch der Autor die hermetische Abgeschlossenheit von Batemans Welt zu überspielen und die LeserInnen immer wieder an den völlig surrealen Text zu binden vermag. Diese sich dabei konstant durch den Text ziehende Inhaltslosigkeit – veranschaulicht durch die anhaltende Präsenz von Konsumprodukten, einer Erzählstruktur, die sich am Konsumzyklus des Protagonisten festhält und sich in der Absenz von Charaktertiefe ausdrückt – ist unter anderem das Ergebnis eines Defamiliarisationsprozesses.<sup>1140</sup> Indem Ellis die Welt seines Protagonisten durch Populärkulturreferenzen aus den 1980er-Jahren beschreibt, finden sich die LeserInnen in einer bekannten und vertrauten Welt wieder. Ellis verbindet die porträtierte Welt sogar unabdingbar mit der Yuppie-Welt des Protagonisten und kann ihr den Anschein einer realen menschlichen Handlungssphäre verleihen, die von den Lesenden ob ihrer vermeintlichen Authentizität nicht hinterfragt werden wird: So begegnen Bateman viele bekannte Personen aus dem gesellschaftlichen, kulturellen,

<sup>1139</sup> Siehe den Eintrag zum Thema RESTAURANT-SZENE NEW YORK in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>1140</sup> Vgl. Schmid, 4: "Defamiliarisation can be summarized as the act of 'making strange' through altering and lengthening our perception of objects in order that 'one may recover the sensation of life' in them".

politischen und wirtschaftlichen Leben der 1980er-Jahre, deren Auftreten im Roman Entwicklungen und Ereignisse dieser Dekade kommentieren. Diese High Society-Welt wiederum kontrastiert und ergänzt Ellis zugleich, indem er alle "sicht- und greifbaren" Berufszweige außerhalb der "unsichtbaren" Yuppie-Berufe in der Finanz-, Versicherungs- und Immobilienwelt untrennbar mit Namen verbindet, die – ob ihrer unzähligen Tradierung in der amerikanischen Populärkultur – bereits mit ihrem Klang von den Leserinnen und Lesern automatisch als typische (Immigrations-)Berufe mit niedrigem Sozialstatus verifiziert und visualisiert werden können: "Sid, the chauffeur", "Earle, the driver", "Ricardo, the drug boy", "Helga, my skin technician", "Mario, the valet", "Gus, our night watchman" oder aber die Models der Elite-Agentur "Libby" (blond), "Daisy" (blonder), "Caron" (platin-blond). Mit Prices bzw. Batemans stereotypischer Festlegung von Menschen im Text aufgrund ihres Aussehens und Berufes wie der "Haitian," "Iranian" bzw. "Indian" Taxifahrer oder der "Korean" Obsthändler, "Asian" Lieferjunge, "Jewish" Delikatessenbesitzer, oder der Hausmeister, der ein "Hispanic" ist, dokumentiert Ellis neben der ökonomischen Stellung der eingewanderten Menschen in New York vor allem die kulturelle Vielfalt New Yorks.<sup>1141</sup> Ellis vermag durch diese stereotypisierte Präsentation des Batemanschen Umfeldes jegliche Yuppie-Noblesse zu karikieren sowie *American Psycho* als realistische Widerspiegelung sozialer Realität zu verkaufen. Ellenlange, bis ins Kleinste präzierte Produktbeschreibungen wechseln sich immer wieder mit Handlungen im Text bzw. Ellis' "Filminstruktionen" an die LeserInnen ab. Mit der akribischen Aufzählung von Produkten, Dienstleistungen, Personen des öffentlichen Lebens, Ereignissen und Alltagsritualen tauscht Ellis aber eine literarische und das Lesepublikum inspirierende, da geistigen Freiraum bietende Beschreibung von Realität mit einer kommerziellen Beschreibung aus und vermag dadurch die Aussagekraft des Textes zu radikalieren. Was die LeserInnen nämlich nicht merken, ist die Tatsache, dass es sich bei dem Gesellschaftsportrait um eine ausschließlich kommodifizierte und kommerzielle Welt handelt, in der "Leben" bzw. "Lebendigkeit" fehlt und jegliche (menschliche) Handlung auf das alleinige "Konsumieren" reduziert ist: Es werden einzig die Konsumgewohnheiten des Erzählerprotagonisten porträtiert. So wird durch das beschriebene soziale Umfeld zwar Tiefe im Text vorgetäuscht, diese ist jedoch von Anfang an ausgeschlossen.

*American Psycho* hat sich seinen Leserinnen und Lesern bis dahin als einziges, oberflächliches Wellenbad präsentiert. Anders das Kapitel "Tunnel" (52–63), das nach den ersten 60 Seiten eine grundsätzliche Wende andeutet und die LeserInnen in die Tiefe führen wird; genauer gesagt in die Untiefen der Menschheit. Bateman und Price sind auf der Suche nach Kokain und durchstreifen die In-Diskotheek "Tunnel", die als ehemalige Fabrikslagerhalle noch Bahngleise besitzt:

I follow him as he rushes through the narrow corridor [...] Price spots Ted Madison [...] and past Madison, disappearing into darkness, are the twin train tracks which tonight are lit garishly in preppy greens and pinks and Price suddenly stops walking, stares past Ted, who smiles knowingly when he spots Timothy, and Price gazes longingly at the tracks as if they suggest some kind of freedom, embody an escape that Prices has been searching for, but I shout out to him, 'Hey, there's Teddy,' and this breaks his gaze and he shakes his head as if to clear it, refocuses his gaze on Madison . . . (54–55)

Diese Passage stellt Ellis' ersten direkten Hinweis auf die Betrachtungsweise des Textes als sprachlich visualisierten Films dar. Batemans Beschreibung ist eine einzige Drehbuchabfolge: aus der Sicht des Autors, der Regieanweisungen gibt, und Bateman, der diese erzählend (kameramäßig) ausführt. Damit wird die

<sup>1141</sup> Die Volkszählung von 1990 hat eine Bevölkerung von 7,3 Mio. Menschen in New York ergeben, wovon zum ersten Mal in der Geschichte New Yorks "nur" 3,1 Millionen aus Europa abstammende *caucasians* oder Kaukasier sind. 3,7 Millionen sind AfroamerikanerInnen und HispanoamerikanerInnen. (Horst Hamann, Merian Reiseführer: New York [München: dtv, 1993]: 15–16)

filmische Wahrnehmungsweise des Erzählerprotagonisten dokumentiert. Eine Auseinandersetzung mit dem kulturellen Phänomen "Serienmörder" würde schon an dieser Stelle zeigen, dass es die Eigenart eines Serienmörders ist, seine Umwelt *wie im Traum* bzw. *als Film* wahrzunehmen, und dass Bateman als erzählende Autorität von Anfang an unzuverlässig ist. Und Batemans Serienmörderdasein in *American Psycho* sollte durchaus wissenschaftlichen Untersuchungen standhalten.<sup>1142</sup>

Bateman und Price haben Kokain gefunden und dieses in der Toilette konsumiert. Dann folgt Bateman Price, der auf mysteriöse Art und Weise nach und nach von den Gleisen in den Bann gezogen wird, in den Tanzsaal zurück:

"Where do those tracks go?" Laser lights start flashing. "I don't know," I say after a long time, I don't even know how long. [...] I order two double Stolis on the rocks. [...Price] just holds the drink and mournfully stares at the tracks and then he squints and bends his head down to the glass and when the strobe lights start flashing, he stands up straight and murmurs something to himself. [...] Price nudges me and I lean in to ask if we should perhaps get another gram.

"I'm leaving," Price shouts. "I'm getting out."

"Leaving what?" I shout back, confused.

"This," he shouts, referring to, I'm not sure but I think, his double Stoli.

"Don't," I tell him. "I'll drink it."

"Listen to me, Patrick," he screams. "I'm *leaving*."

"Where to?" I really am confused. "You want me to find Ricardo?"

"I'm leaving," he screams. "I . . . am . . . *leaving*!"

I start laughing, not knowing what he means. "Well, *where* are you going to go?"

"*Away!*" he shouts.

"Don't tell me," I shout back at him. "Merchant banking?"

"No, Bateman. I'm serious you dumb son-of-a-bitch. *Leaving*. Disappearing."

"Where to?" I'm still laughing, still confused, still shouting "Morgan Stanley? Rehab? What?"

He looks away from me, doesn't answer, just keeps staring past the railings, trying to find the point where the tracks come to an end, find what lies behind the blackness. (57–61)

Was in diesem Kapitel stattfindet, ist schon lange angekündigt und bleibt äußerlich unbemerkt: In demselben Maße wie die Bahngleise Price anzuziehen vermögen, sind auch die LeserInnen unmerklich in den Text gezogen und vom Textgeschehen nach und nach vereinnahmt worden.

Suddenly McDermott grabs my arm. "What the fuck is Price doing? Look."

As in a movie, I turn around with some difficulty, standing on my toes to see Price perched on the rails, trying to balance himself, and someone has handed him a champagne glass and drunk or wired he holds both arms out and closes his eyes, as if blessing the crowd. Behind him the strobe light continues to flash off and on and off and on and the smoke machine is going to like crazy, gray mist billowing up, enveloping him. He's shouting something but I can't hear what – the room is jammed to overcapacity, the sound level an earsplitting combination of Eddie Murphy's 'Party All the Time' and the constant din of businessmen – so I push my way forward, my eyes glued on Price, and manage to pass Madison and Hugh and Turnbull and Cunningham and a few others. But the crowd is too densely packed and it's futile to even keep trying. Only a few of the faces are fixated on Tim, still balancing on the railing, eyes half closed, shouting something. Embarrassed, I'm suddenly glad I'm stuck in the crowd, unable to reach him, to save him from almost certain humiliation, and during a perfectly timed byte of silence I can hear Price shout, "Goodbye!" and then, the crowd finally paying attention, "Fuckheads!" Gracefully he twists his body around and hops over the railing and leaps onto the tracks and starts running, the champagne flute bobbing as he holds it out to his side. He stumbles once, twice, with the strobe light flashing, in what looks like slow motion, but he regains his

<sup>1142</sup>

Siehe den Eintrag zum Thema SERIENMORD in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

composure before disappearing into blackness. A security guard sits idly by the railing as Price recedes into the tunnel. He just shakes his head, I think.

“Price! Come back!” I yell but the crowd is actually applauding his performance. “Price!” I yell once more, over the clapping. But he’s gone and it’s doubtful that if he *did* hear me he would do anything about it. Madison is standing nearby and sticks his hand out as if to congratulate me for something. “That guy’s a *riot*.” . . . The three of us, Van Patten, McDermott and myself, discuss the possibilities of finding this new club called Nekenieh. I’m not really high, just sort of drunk. (54–63)

Prices Abschiedsszene könnte aus einem x-beliebigen Populärkulturtext – wie beispielsweise aus einem Comic-Streifen oder Thriller – stammen und besitzt als solche einen hohen Wiedererkennungswert; sprich, sie wird im Kopf der LeserInnen spontane Assoziationen in diese Richtung auslösen. Damit gelingt es Ellis, die LeserInnen für einen kurzen Augenblick mit der (filmischen) Wahrnehmungsweise Batemans zu verknüpfen und den Wahnwitz von Batemans Darstellungsweise zu überspielen. “I’m not really high, just sort of drunk.” Batemans Erklärung für die Absurdität des Geschehens am Ende des Kapitels wird für das hyperkonsumistische Lesepublikum – nun *eins bzw. vertraut* mit dem Erzählerprotagonisten – durchaus plausibel klingen. Mit dem Verschwinden von Timothy Price hat Ellis jedoch Batemans Gegenfigur entzogen, die – wie ein intensives Lesen der Details bereits zeigte – diesen widerspiegelte. Diese Gegenfigur hat nicht nur die entscheidende Außenperspektive auf den Erzählerprotagonisten geliefert, sondern diesen in seinen Aktionen von Seite 3 bis 63 auch “kontrolliert”. Im Schatten von Price wurde Bateman von den LeserInnen und Lesern als passive und ungefährliche Figur, deren bizarre Monologe nicht ernst genommen werden, wahrgenommen. Mit dieser filmischen Übergangsszene hat sich Bateman aber – zunächst noch unbemerkt – als aktiver Erzählerprotagonist in den Mittelpunkt des Geschehens gestellt. Batemans “zweite” Seite wird von da an mehr und mehr zu Tage treten. Die Figur Price ist – wie sich spätestens am Ende des Romans (nach Batemans Angaben zwei Jahre später) herausstellen wird – jedoch ausschließlich rhetorisches Mittel des Autors und erinnert als solche auch an andere Populärkulturtexte wie Robert Louis Stevensons *Dr. Jekyll and Mr. Hyde* (1886): Schauplatz und indirekte Anklage jener Horrorgeschichte war das Milieu der wohlhabenden und einflussreichen männlichen Oberschicht Ende des 19. Jh.s, in der nur der soziale Status den Wert des Einzelnen bestimmte. Das Experiment des Dr. Jekyll sollte zum Beweis werden, dass in einem Menschen immer zwei Seelen mit unterschiedlichen Wünschen und Gefühlen leben: Eine gute, in der Gesellschaft funktionierende Seite in der Person des Dr. Jekyll und eine böse in der Verkörperung des Mr. Hyde, dessen mörderische Aktivität schlussendlich nur durch den Selbstmord des “guten” Egos, des Dr. Jekyll, gestoppt werden kann. Mit ihren unzähligen filmischen Interpretationen seit den Anfängen des 20. Jahrhunderts ist diese klassische Horrorgeschichte Ende des 20. Jh.s zu einem *blood and gore*-Film mutiert. Ob ihres *set-ups* und des exzessiven Gebrauchs von religiösen Wörtern im Text wie “Jesus” oder “for Christ sakes” und vielen anderen mehr nimmt Prices Abschiedsszene durchaus auch eine religiöse Dimension an. Mit dem Verschwinden von Timothy Price und der damit eingeleiteten Odyssee in die Abgründe der menschlichen Seele wird dieser Textfigur bei ihrem Auftauchen nach zwei Jahren Absenz für die LeserInnen und Leser unbewusst eine symbolische “Erlöserfunktion” zuteil. Price scheint bei seiner “Wiedergeburt” im Text tatsächlich “geläutert” zu sein; er präsentiert sich nicht mehr als sozial indifferenter, arroganter Yuppie, sondern hält sich mit “politisch korrekten” Äußerungen im Hintergrund. Die LeserInnen werden in ihrer Erwartungshaltung, von Batemans Serienmörderexzessen endlich befreit zu werden, durch die gezeigte Zurückhaltung von Price und durch das offene Ende jedoch grundsätzlich frustriert, auch weil Ellis sie bis zum Schluss *nicht* mit einer (christlich) moralischen Verurteilung von Gut und Böse aus ihrer Komplizenschaft erlösen wird. Ebenso spurlos wie Price verschwunden ist, taucht dieser also am Ende des



Romans mit Batemans Worten wieder auf: “And, for the sake of form, Tim Price resurfaces, or at least I’m pretty sure he does.” (383) Auch hier beweist ein kleines Detail am Rande, dass *American Psycho* ein sorgsam konstruierter Roman und Timothy Price nur ein rhetorisches Mittel des Autors ist. Bei seiner plötzlichen Wiederkehr im Kapitel “Valentine’s Day” trägt Price – Bateman empfängt ihn “fearfully” – die gleiche Kleidung wie bei seinem Verschwinden, allerdings handelt es sich diesmal um die Winterversion (in kursiv): “Price strolls into the office [He’s] wearing a linen/wool suit by Canali Milano, a cotton shirt by Ike Behar, a silk tie by Bill Blass and a cap-toed leather lace-ups from Brooks Brothers.” (383) Mit Prices neuerlicher Präsenz am Ende des Romans (könnte es sich doch um Dr. Jekyll handeln?) wird Bateman wieder als Yuppie in den Vordergrund treten, wodurch Ellis die LeserInnen unbemerkt aus dem Trip eines Serienmörders herausführt. Der Roman wird so enden, als ob es zwischen Anfang und Ende kein grausames Zwischenspiel gegeben hätte. Bis dahin allerdings sind die LeserInnen (bzw. ZuseherInnen) ganz allein der Wahrnehmungsperspektive und dem Wahnsinn des Patrick Bateman, eines Serienmörders (könnte es sich um die Schattenseite, Mr. Hyde, handeln?), welcher sich nun langsam bemerkbar macht, ausgeliefert.

## Das Leben als Konsumzyklus

In the elevator Frederick Dibble tells me about an item on Page Six, or some other gossip columns, about Ivana Trump and then about this new Italian-Thai place on the Upper East Side that he went to last night with Emily Hamilton and starts raving about this great fusilli shiitake dish. I have taken out a gold Cross pen to write down the name of the restaurant in my address book. Dibble is wearing . . . He has a good-looking, expensive haircut and I stare at it, admiringly, . . . The doors shut. I am wearing a mini-houndstooth-check wool suit with pleated trousers by Hugo Boss, a silk tie, also by Hugo Boss, a cotton broadcloth shirt by Joseph Abboud and shoes from Brooks Brothers. I flossed too hard this morning and I can still taste the coppery residue of swallowed blood in the back of my throat. I used Listerine afterwards and my mouth feels like it’s on fire but I manage a smile to no one as I step out of the elevator, . . . My secretary, Jean, who is in love with me and who I will probably end up marrying, sits at her desk and this morning, to get my attention as usual, is wearing . . .

“Late?” she asks.

“Aerobics class.” I play it cool. “Sorry, any messages?” (63–64)

Bereits im nächsten Kapitel mit dem Titel “Office” (63–67) werden die LeserInnen von der plötzlichen Vertraulichkeit, die Bateman ihnen gegenüber an den Tag legt, überrascht. Rein erzähltechnisch lässt sich dies auf die plötzliche Verwendung von Adjektiven, die Emotionen vermitteln, zurückführen. Ellis vermag durch diese Gefühlsbeschreibungen Bateman langfristig “menschliche” Züge zu verleihen und das Erzählte dadurch “plausibler” erscheinen zu lassen, selbst wenn Batemans “Gefühle” von Anfang an mit seinen generell kaltblütigen Äußerungen bis hin zu den mörderischen Taten kontrastiert werden und Bateman selbst zu einer widersprüchlichen Figur machen.

In “Office” erfährt die Leserin bzw. der Leser alles Wesentliche über Patrick Batemans Arbeitswelt und -alltag: Er hat ein durchgestyltes Büro mit Hightech-Stereoanlage, mit einem (George) Stubbs-Gemälde, mit einer lebensgroßen Dobermann-Figur aus Porzellan und “sporting magazines from the forties – they cost me thirty bucks *apiece* – ” (65). Bateman “besitzt” auch eine Sekretärin: Jean bestellt für Bateman Restaurants, macht Menüvorschläge für die verschiedenen Restaurants (damit Bateman sich nicht blamiert), vereinbart und streicht Termine, muss auf Batemans Geheiß ihren Chef verleugnen, ist in Bateman verliebt und wundert

sich (gemäß Bateman) über dessen “addiction to *The Patty Winters Show*” (64). Bateman hat folgende Zeitungen abonniert: Neben den bereits erwähnten *USA Today* und *Washington Post* zählen hierzu auch die *New York Post* (darin interessiert ihn nur die Klatschspalte), das *Wall Street Journal* (zum Überfliegen der Titelseite), die *Financial Times*, *The New York Times* (Bateman bezieht daraus Millers Restaurantkritiken, das Sonntagskreuzworträtsel und insbesondere Tipps aus der *Style section*) und *The Economist*. Außerdem besitzt Bateman Modekataloge wie den *Polo Catalogue* (eine Ralph Lauren Marke) und eine *Ralph Lauren brochure*. Zu Batemans Informationsrepertoire gehören aber auch die Wochenmagazine *New York* (dessen Kunst- und Essenskritiken – “a playful but mysterious little dish” (77) – Bateman als “gehobenes” Konversationsmaterial dienen) und *Time* (ob der Titelporträts seiner Lieblingsgruppe U2 und seines Vorbildes Donald Trump), die Gesellschaftsseiten des Monatsmagazins *W*, die Lebensstilmagazine *Vanity Fair* und *Esquire*, das Herren-Lebensstilmagazin *GQ*, *Sports Illustrated*, der “persönliche” Ratgeber in allen Finanzangelegenheiten *Money*, das Modemagazin *Vogue* sowie *Gourmet* und *Soldier of Fortune*. Später ergänzt Bateman sein Informationsrepertoire, das mehr ein Voyeursrepertoire darstellt, mit dem *Playboy* und den (fiktiven) lesbischen Nullachtfünfzehn-Pornoheften *Lesbian Vibrator Bitches* und *Cunt on Cunt*. Bateman unterscheidet sich in seiner Wahl an Medienprodukten in keiner Weise von Millionen anderer Amerikanerinnen und Amerikanern.

She comes into the office five minutes later with the Perrier, a wedge of lime and the Ransom file, which she did not need to bring, and I am vaguely touched by her almost total devotion to me. I can't help but be flattered. [...]

“Don't wear that outfit again,” I say, looking her over quickly. “Thanks for the Ransom file.” . . . She stands there only a little stunned and after she looks down at herself, she smiles like some kind of cretin. “You don't like this, I take it.” She says humbly.

“Come on,” I say, sipping my Perrier. “You are prettier than that.”

“Thanks, Patrick,” she says sarcastically, though I bet tomorrow she will be wearing a dress... “And high heels,” I mention. “I like high heels.” (67)

Ellis präsentiert in der Sekretärin Jean die einzige “runde” Charakterfigur im Text, die – wie diese Passage belegt – bereits rein äußerlich nicht in die beschriebene oberflächliche Yuppie-Welt passt. Sie fällt im Weiteren aber auch mit ihren “korrigierenden” Äußerungen auf, die Batemans Ignoranz humorvoll kontrastieren:

“I also have tickets to a . . . Milla Vanilla concert, if you'd like to go,” I tell her casually. [...] She says, “I am not sure.”

“About going?”

“No . . . of the name.” She concentrates, then says, “I think they're called . . . Milli Vanilli.”

I pause for a long time before saying, “Oh.” (257–58)

Im Gegensatz zu allen anderen Figuren im Text scheint Jean Intellekt zu besitzen und trotz ihrer “Überlegenheit” Bateman gegenüber in ihm keine Mordgelüste zu wecken. Bateman kreierte mit seinen Beschreibungen und Details von Jean das sympathische Bild einer selbständigen, wenn auch zurückhaltenden Frau, die mit ihrer Aufmerksamkeit “menschliche” Wärme ausstrahlt. Ein intensives Lesen belegt auch hier, dass Jeans Menschlichkeit Bateman ausschließlich zur Befriedigung seiner Selbstversessenheit dient. Sie scheint dem Erzählerprotagonisten die eigene Textexistenz zu bestätigen, wie die ritualisierte Einführung von Jean durch den Satz “[my secretary,] Jean, who is in love with me” (64) andeutet. Diese Vermutungen lassen sich in einer Schlüsselszene an späterer Stelle exemplarisch belegen.

Bateman wird in *American Psycho* nie arbeiten; ein parodistischer Kunstgriff des Autors, um Batemans Arbeit, diese unsichtbare, "automatisierte" Kapitalanhäufung an der Wall Street, zu visualisieren.<sup>1143</sup> Vielmehr wird der Erzählerprotagonist auf seiner Taschenuhr mit eingebautem Farbfernseher und Radio der Marke Panasonic die Fernsehshow *Jeopardy!* suchen und – seinem Computerterminal pro forma zugewandt – beobachten, wie die TeilnehmerInnen der Show beim Rätselraten ihr Wissen in Geld umsetzen.<sup>1144</sup> Ein anderes Mal wird Bateman die Arbeitstage in seinem Kalender durchstreichen und "nebenbei" den neuen Bestseller über Büro-Organisation *Why It Works to Be a Jerk* (ein weiterer kleiner, parodistischer Kunstgriff des Autors) lesen. Bei einem unerwarteten Geschäftsbesuch wiederum wird Bateman ein Telefongespräch fingieren, um den Eindruck zu erwecken, "viel beschäftigt" zu sein. Batemans Arbeitswelt ist jedoch nur Teil seines Images als Yuppie. "He works day by day on Wall Street, earning a fortune to complement the one he was born with."<sup>1145</sup> Dass Bateman eigentlich ob des Wohlstandes seiner Familie gar nicht arbeiten müsste, erfahren die LeserInnen durchaus mehrere Male und immer von Frauen: wie beispielsweise beim Telefonat mit seiner Freundin Evelyn, die nicht versteht, was und warum er denn arbeite, er könne die Firma, in der er arbeite, ja regelrecht besitzen (221), und beim Mittagessen Batemans mit seiner Jugendliebe Bethany. Als Bethany wissen will, warum Bateman, der seine Arbeit hasst, als Angestellter unter vielen bei Pierce & Pierce arbeitet, antwortet er ihr: "Because [...] I . . . want . . . to . . . fit . . . in." (240) Mit dem Wissen, dass Bateman zugleich auch jeglichen Kontakt mit dem Firmenimperium seines Vaters meidet, belegt diese Aussage Batemans Streben nach (finanzieller) Unabhängigkeit von seiner Familie und gleichzeitige Integration in die Yuppie-Gesellschaft. An späterer Stelle wird Batemans Reichtum durch das Modell Elizabeth – "who comes from an old Virginia banking family" (283) – verallgemeinert und zugleich in den Kontext der oberen Zehntausend im Amerika der 1980er gestellt. Auf Batemans Frage, wo Elizabeth denn jetzt arbeite, meint diese, "I don't have to work, Bateman," and after a beat she adds, bored, "You of all people should know how *that* feels, Mr. Wall Street." (283) Das Gros der Wall Street-Yuppies der 1980er-Jahre, wie Bateman und sein sozialer Kreis, stammte bereits aus wohlhabenden und gesellschaftlich bedeutenden Familien, weswegen die Erfüllung des amerikanischen Traums für Patrick Bateman und viele Yuppies eigentlich nur mehr die Gewissheit, dass sie sich alles leisten konnten, bedeutete.<sup>1146</sup>

Auch auf den nächsten 80 Seiten bleiben die Leserinnen und Leser von Batemans Lebensalltag und -rhythmus nicht verschont. Sie nehmen an seinem Leben in allen Facetten und im Detail teil. Je mehr sich Bateman aber als handelndes Wesen in den Text einschreibt, desto mehr wird er vom Konsumangebot seiner Umgebung bestimmt. Im exklusiven, stets neu umgebauten "Health Club" – "located four blocks from my apartment on the Upper West Side" (67) – mit einer Auswahl der neuesten und effizientesten Fitnessgeräte und -trainer wird Bateman nach Dienstschluss unmissverständlich selbst zur Maschine, die diszipliniert, routiniert und repetierend das vorgegebene Programm (das Bateman sich auferlegt hat) im Rhythmus der Musik aus dem Walkman durchführt.<sup>1147</sup> Fitnessstudios stellen heute einen unverzichtbaren Angebotsteil der Freizeitgesellschaft dar.

I decided to develop my own fitness program which incorporates both aerobic exercises and training. With weights I alternate [...] For the chest [...] For the front [...] Most of the machines are very efficient since computerized keypads allow one to make adjustments in weight resistance [...] The positive aspects of the

<sup>1143</sup> Vgl. Voßmann, 125.

<sup>1144</sup> Vgl. Gary Days Ausführungen zu *game shows* in "That's Entertainment?" *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?*, ed. Gary Day (New York: St. Martin's Press, 1990) 84–89.

<sup>1145</sup> So lautet die Beschreibung Patrick Batemans durch den Knopf-Verlag (Buchumschlag-Vintage Contemporaries).

<sup>1146</sup> Siehe meine Ausführungen zum "Amerikanischen Traum" in Teil I dieser Dissertation, 27 ff.

<sup>1147</sup> Siehe den Eintrag zum Thema KÖRPERKULT in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

machines include minimizing muscle soreness [...] But I also like the versatility and freedom that free weights offer and the many variations in lifting that I can't get on the machines. (69)

Batemans Tagesablauf beinhaltet das Ansehen und Aufnehmen bestimmter Sendungen und Filme im Fernsehen und wird grundsätzlich durch das Zurückbringen und Ausleihen von Videokassetten strukturiert. Dieselben Tätigkeiten führt Bateman auch nach dem beschriebenen Fitnessstraining bzw. Bodybuilding aus. Dabei bedient sich der Erzählerprotagonist der Produkte, die durchaus Teil der "erregenden" Unterhaltungsindustrie der 1980er-Jahre waren:

[...] and then head to the video store where I return two tapes I rented on Monday *She-Male Reformatory* and *Body Double*, but I rent *Body Double* because I want to watch it again tonight even though I know I won't have enough time to masturbate over the scene where the woman is getting drilled to death by a power drill since I have a date with Courtney at seven-thirty at Café Luxembourg. (69)

Mit diesem Detail – der Bohrszene in *Body Double* – werden die LeserInnen nun erstmals direkt mit Batemans Perversität konfrontiert, die sich als scheinbar belangloses Detail neben Batemans Verabredung mit seiner Geliebten Courtney reiht. Nur wer als LeserIn den Film *Body Double*<sup>1148</sup> gesehen hat, vermag zu erkennen, dass er bzw. sie durch diese filmische Inbezugnahme (des Autors) auf die eigene Situation als kritikloser Konsument bzw. als kritiklose Konsumentin voyeuristischen Materials zurückgeworfen wird. Zugleich aber bietet der zitierte Film einen konkreten Hinweis auf die Struktur von *American Psycho*. Der Film *Body Double* ebenso wie meine Ausführungen zu *Psycho* und *Batman* illustrieren exemplarisch den Aufbau von *American Psycho* als Populärkulturtext – ein Roman, der als sprachlich visualisierter Film funktioniert – und belegen zugleich die Tradierung und Tradition von *sex and violence* in der amerikanischen Populärkultur, wie folgender Exkurs zeigen soll.

## 'Sex and Violence' in *American Psycho*

### *Body Double*

Brian De Palmas hochstilisierter Slasher-Film *Body Double* (1984) "not only offered such brutal and misogynist violence as entertainment but encouraged viewers to identify with the killer."<sup>1149</sup> Die Filmgeschichte, die sich (fast spürbar unerträglich) langsam entwickelt, durchbricht bis zum Schluss nicht nur mehrere Realitätsebenen, sondern führt das Lenken des (männlichen) aggressiven und voyeuristischen Zuseher-Blickes exemplarisch anhand einer Stripteasetänzerin vor. Der spätere Kultfilm, auch eine Hommage an das Werk Hitchcocks, entlarvt die ZuseherInnen in sehr langsamen Einstellungen als Voyeurinnen und Voyeure eines Films<sup>1150</sup>, dessen Ende und Aussage – handelt es sich um einen

<sup>1148</sup> Regie: Brian de Palma, USA 1984. Drehbuch: Brian de Palma und Robert J Avrech. Columbia Pictures Corporation, 114 min.

<sup>1149</sup> Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 76.

<sup>1150</sup> Salman Rushdie betrachtet in seinem Essay "Crash" in der Zeitschrift *The New Yorker*, erschienen kurz nach Lady Di's Tod, den Voyeurismus in der heutigen westlichen Gesellschaft. Bezugnehmend auf J.G. Ballards Roman *Crash* und die gleichnamige Verfilmung von David Cronenberg setzt Rushdie den tödlichen Autounfall Diana Spencers mit den als pornografisch verurteilten kulturellen Artefakten gleich: "We live in a culture that routinely eroticizes and glamorizes its consumer technology, notably the motorcar. We also live in the Age of Fame, in which the intensity of our gaze upon celebrity turns the famous into commodities, – a transformation that has often proved powerful enough to destroy them. Ballard's novel, by bringing together these two erotic fetishes – the Automobile and the Star – in an act of sexual violence (a car crash), created an effect so shocking

klaustrophobischen Albtraum oder um die Wirklichkeitswahrnehmung eines Psychopathen? – ambivalent bleiben. Es geht einzig und allein um das voyeuristische Interesse des Filmpublikums an *sex and violence*, das im/mit dem Film ausgeschlachtet und zugleich befriedigt wird. Das Ende, das in seiner Schlusseinstellung wieder auf den Anfang des Films verweist, wird allerdings offenbleiben und für ein Mainstream-Publikum damit letztendlich unbefriedigend sein.

Zurück zu *American Psycho*. Da Bateman sich bislang als williges Konsumobjekt dargestellt hat, sind die – von nun an immer häufiger – auftretenden Anspielungen auf seine Abhängigkeit von voyeuristischem oder gar pornografischem Material nur ein logisches Merkmal eines abnormen Erzählers. “The worst thing about pornography is the endless repetition”<sup>1151</sup> – Batemans Lebensrhythmus/-alltag entpuppt sich mehr und mehr als einziger Kreislauf sich wiederholender Rituale, die vom Erzählerprotagonisten unermüdlich und im grotesken, übertriebenen Detail beschrieben werden; so als ob Ellis den Leserinnen und Lesern etwas über die Psychopathologie seines Erzählerprotagonisten vermitteln möchte.

Es folgen ein “Date” (so das gleichnamige Kapitel, 70–81) mit Patricia nach einem stundenlangen Machtspiel am Telefon bzw. per Anrufbeantworter, Batemans aussichtslose Versuche, im prestigeträchtigen, stets ausgebuchten (fiktiven) Restaurant New Yorks namens “Dorsia” einen Tisch zu bekommen und schließlich ein langweiliges Abendessen mit Patricia im nicht weniger teuren (fiktiven) Restaurant “Barcadia”, bei dem Bateman – wie immer – (s)eine ausgefallene Essenskreation fasziniert anstarren wird: “ – the meat loaf dark red triangles topped by chèvre which has been tinted pink by pomegranate juice, squiggles of thick tan quail stock circling the beef, and mango slices dotting the rim of the wide black plate –” (78). Es ist ein Abend von vielen, von Bateman als langweilig vermittelten Rendezvous mit “schönen” Frauen, bei denen seine verinnerlichteten Gedanken den (vermeintlichen) Dialog kontrastieren. Im “Tunnel” spielt an diesem Abend dieselbe Musik “INXS singing ‘New Sensation’ [...] ‘New Sensation’ becomes ‘The Devil Inside’” (79) wie damals beim Verschwinden von Price. Bis auf Bateman und Patricia ist das Nachtlokal jedoch leer: “We are, except for the occasional hardbody, literally the *only two people in Tunnel*.” (79)

Das Kapitel “Dry Cleaners” (81–86) – “located twenty blocks up from my apartment on the West Side” (81) – illustriert den Schutz, den Bateman als “Yuppie” vor einer Entlarvung als Mörder hat: Als Bateman wie üblich seine blutige Kleidung zur Reinigung in die Wäscherei bringt, wird er von der “alten” chinesischen Besitzerin beschimpft. Bateman droht sie umzubringen:

“Two things,” I say, talking over her. “One. You can’t bleach a Soprani. Out of the question. Two” – and then louder, still over her – “two, I can only get these sheets in Santa Fe. These are very expensive sheets and I *really* need them clean. . . .” But she’s still talking and I’m nodding as if I understand her gibberish, then I break into a smile and lean right into her face. “If-you-don’t-shut-your-fucking-mouth-I-will-kill-you-are-you-understanding-me?” (82)

---

as to be thought obscene. The death of Diana is just such an obscenity. [...] The object of desire, the Beauty, the Blonde (Diana), is repeatedly subjected to the unwelcome attentions of a persistent suitor (the Camera) until the dashing, glamorous knight (riding his automobile) sweeps her away. The Camera, with its unavoidably phallic long-lensed snout, gives pursuit. And the story reaches its tragic climax, for the Automobile is driven not by a hero but by a clumsy drunk. [...] The object of desire, in the moment of her death, sees the phallic lenses advancing upon her, snapping, snapping. Think of it this way, and the pornography of Diana Spencer’s death becomes apparent. She died in a sublimated sexual assault. *Sublimated*. That’s the point. The Camera is not, finally, a suitor in its own right. [...] The brutal truth is that the camera is acting on our behalf. If the camera acts voyeuristically, it is because our relationship with the Beauty has always been voyeuristic. [...] We are the lethal voyeurs.” (Salman Rushdie, “Crash,” *The New Yorker* 15 September 1997: 68–69.)

Während Patrick Bateman seine Aussagen und sein Verhalten für die LeserInnen detailliert reproduziert, bezeichnet er die Sprache der chinesischen Wäschereifrau als "gibberish" und ihre Worte als "jabbering". Bateman kann diesen Text, ihre Sprache, die ihm – gleich wie die chinesische Kultur – völlig fremd ist, nicht reproduzieren; das Aneinandervorbeireden und ersichtliche Unverständnis sind in dieser Szene durchaus kulturell bedingt. Allerdings nutzt Bateman diese Situation des kulturellen Missverständnisses aus, um seine Macht als Yuppie – wohlgerne gegenüber einer ethnischen Minderheit und damit einem sozial schwächeren Glied in der amerikanischen Gesellschaft – zu demonstrieren und wirkt dabei situationskomisch, was wiederum auf Batemans völlig falsches Sprachregister einerseits und auf seine "egozentrische" Interpretation der Situation andererseits zurückzuführen ist. Da erscheint in der Trockenreinigung eine Verehrerin von Bateman, die zwar entsetzt auf Batemans *Soprani*-Jacket reagiert, dessen Flecken Bateman mit Preiselbeersaft bzw. "Hershey's Syrup" (84) entschuldigt, die sich jedoch trotzdem mit ihm treffen will. Dem steht die hysterische Klage der Chinesin, die das Blut als Blut erkennt und sich nicht vom Yuppie-Image Batemans täuschen lässt, gegenüber; ihre offensichtliche Anklage wird von Bateman als schlechter Service ausgelegt. Bateman wird trotz "erkennbarer" Blutflecken und der Skepsis aller Mitbeteiligten in dieser Szene und an anderer Stelle – wie viele "reale" Serienmörder – nicht überführt werden. Als "Produkt" seiner Umwelt kann Bateman von (s)einer hyperkonsumistischen Gesellschaft gar nicht überführt werden und das ist für ein Textverständnis von *American Psycho* entscheidend.

Im Kapitel "Harry's" ist Patricks Feierabend, nach einem wegen einer ausführlichen Gesichtereinigung verkürzten Arbeitstag, von Smalltalk sowie rassistischen und sexistischen Bemerkungen geprägt. Dabei wird klar, dass auch weitere Kollegen von Batemans Vorliebe für Serienmörder wissen, ihm jedoch sein Image als "total GQ" (90) bestätigen.

Courtney, deren Freund Luis auf Dienstreise in Phoenix ist, hat Bateman zusammen mit Freunden ins Restaurant "Deck Chairs" eingeladen. Während sie lithiumbetäubt<sup>1152</sup> vor sich hin döst – Courtney ist unglücklich und wünscht sich zwei "perfekte" Kinder –, "accompanying the din is a New Age version of 'White Rabbit' blaring from speakers mounted in the ceiling corners" (94), liefert sich Bateman mit Scott und Anne Smiley, einem Paar aus Ellis' Roman *The Rules of Attraction*, einen Schlagabtausch nach dem anderen über die letzten Errungenschaften in Kunst, Musik und Hightech, über "post" oder "classic Californian cuisine" oder über Softdrinks und wird dafür bewundert: "He's so knowledgeable about things." (95) Die ausführliche Abendbeschreibung findet ihre Fortsetzung in Courtneys Schlafzimmer, wo Bateman seinen Orgasmus mit der benommenen, trotzdem noch verantwortungsbewussten Courtney (*unsafe sex* ist ein No-Go, nur mit Kondom!) "inszeniert". Im Vergleich mit allen anderen – gelenkten – "Sex-Passagen" in *American Psycho* ist die folgende Szene die einzige, wo Bateman – in Beziehung zu Courtney stehend, die ihm trotz Lithiumbetäubung Paroli bietet – beim Geschlechtsakt mehrmals die Kontrolle verliert und die in ihrer Situationsdramatik fast "menschlich" wirkt:

"I want you to fuck me," Courtney moans, pulling her legs back, spreading her vagina even wider, fingering herself, making me suck her fingers, the nails on her hand long and red, [...] "Yeah," I say, moving on top of her, sliding my dick gracefully into her cunt, kissing her on the mouth hard, pushing into her with long fast strokes, my cock, my hips crazed, moving on their own desirous momentum, already my orgasm builds from the base of my balls, my asshole, coming up through my cock so stiff that it aches-but then in mid-kiss I lift my head up, [...] I realize there . . . is . . . a . . . problem of sorts [...] (101–2)

<sup>1152</sup>

Siehe den Eintrag zum Thema DROGEN in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

Das Problem, das Bateman plötzlich aufspringen und in das Badezimmer stürmen lässt, ist das Produkt "water-soluble spermicidal lubricant" (102). Die Textpassage besticht durch ihre Absurdität, die *American Psycho* immer wieder Witz verleiht. Bateman kann nur einen Orgasmus haben, wenn er sein Bedürfnis nach einem bestimmten Produkt befriedigt hat. Nachdem er das Produkt gefunden, sich im Badezimmer frisch gemacht und das Mittel auf das Kondom aufgetragen hat, kehrt er zu Courtney zurück, die ihm die Worte "Luis is a despicable twit" (103) entgegenkeucht. Bateman treibt diese Bemerkung auf seinen Höhepunkt, Courtney gerät in Rage; sie hat sich – von Produktchaos und Drogen verwirrt – versprochen: "I said *Is it a receptacle tip* [...] Get off me." (103) Die beiden beginnen eine heftige Diskussion über *the force of the ejaculate*, die Courtney zum Weinen und Bateman nach einer Ohrfeige zur weiteren Gewaltandrohung bringt, um dann im halbherzigen Beischlaf inmitten einer Produktansammlung ihr Ende zu finden:

Roughly I push my cock back into her and bring myself to an orgasm so weak as to be almost nonexistent and my groan of a massive but somewhat expected disappointment is mistaken by Courtney for pleasure [...] I start getting soft almost instantly-actually *during* the moment I came- [...] I literally *wilt* out of her. [...] with Courtney whimpering about Luis and antique cutting boards and the sterling silver cheese grater and muffin tin she left at Harry's, [...] (105)

Batemans Konsumzwang beherrscht auch seine Sexualität. Um einen, zumeist schwachen Orgasmus zu haben, braucht Bateman Hilfsmittel wie Pornohefte und -filme, die er *ohne Körperkontakt* voyeuristisch ausschachten und *wie ein Produkt* kontrolliert konsumieren kann. Oder aber er "bedient" sich der Körper von Prostituierten, One-Night-Stands ("I wouldn't mind having sex with her body", 78) und seiner späteren Mordopfer, die er – zumeist im "lesbischen" Duett – nach einem streng pornografischen Filmszenario anleitet. Bateman scheint Sex so zu konsumieren, wie er Produkte (und später Menschen) konsumiert, was sich im Text auch nach und nach bestätigen wird. Auch Courtney führt mit dem Homosexuellen Luis Carruthers – gleich wie Bateman mit Evelyn – eine asexuelle Statusbeziehung. Im Gegensatz zu Bateman, der seine Freundin Evelyn schließlich aus Panik vor jeglichem Freiheitsverlust verlässt, wird Courtney Luis Carruthers auch heiraten; allerdings – wie sie mit den Worten "Isn't that special?" (361) Bateman gegenüber anklingen lässt – mit einer gewissen Desillusion vor dem, was sie von Luis, der auch Männer attraktiv findet, erwarten wird. Jegliche Rebellion gegen Gesellschaftszwänge wird mit ihrem Lithium-Konsum vorab "getötet" und sie selbst damit zum Schweigen gebracht. Das belegt auch die Schlusszene in einem Kapitel, wo Courtney Bateman beim Verlassen des Apartments noch etwas sagen will, dies dann aber unterlässt:

"Patrick?" she calls softly from her bedroom.  
I stop but don't turn around. "Yes?"  
"Nothing." (362)

Batemans Beziehung zu Courtney ist rein körperlicher Natur. Das hatte er ihr bereits in einer anderen Szene – emotionslos und mit den Worten "Courtney, I don't want to experience another one of your . . . emotional outbursts [...]" (127) – zu verstehen gegeben.

An einem anderen Morgen im Büro hat Bateman ausnahmsweise ein "Business Meeting" und – wie gewöhnlich – einen Kater von zu viel Alkohol- und Kokainkonsum, den er mit Tabletten zu betäuben versucht. Außerdem scheint er schlecht gelaunt:

Before leaving my office for the meeting I take two Valium, wash them down with a Perrier [...] I've been drinking close to twenty liters of Evian water a day and going to the tanning salon regularly [...] All it comes down to is: I feel like shit but look great. (106)

Bateman trifft als erster im Sitzungssaal ein, gefolgt vom "verhassten" Luis Carruthers, der von seiner Dienstreise zurück ist und Bateman vom Restaurant "Propheteers" in Phoenix erzählen will. Nach und nach treffen Batemans Kollegen ein, welche die LeserInnen zumeist aus Harry's Bar wiedererkennen und deren Bemerkungen sich – wie üblich – in reinen Äußerlich- und damit Oberflächlichkeiten erschöpfen. Das neue Restaurant weckt Batemans Interesse, und er lässt Luis sein Abendessen und das seiner Geschäftskunden beschreiben, welches aus einem Brathuhn und Käsekuchen bestand. Bateman beginnt bei diesem einfachen Gericht nervös zu werden und will alle Zutaten und jedes Zubereitungsdetail wissen, was seine existentielle Abhängigkeit von einer hyperkonsumistischen Produktwelt unterstreicht und die Yuppie-Welt parodiert:

"What sauce or fruits were on the roasted chicken? What shapes was it cut into?" [...]

"None, Patrick," he says, also confused. "It was . . . roasted." [...]

"The scallops were grilled? Were they sashimi scallops? In a ceviche of sorts?" I'm asking. "Or were they *gratinized*?"

"No, Patrick," Luis says. "They were . . . broiled."

It's silent in the boardroom as I contemplate this, thinking it through before asking finally, "What's 'broiled,' Luis?"

"I'm not sure," he says. "I think it involves . . . a pan." (107)

Batemans Lebensalltag ist eine einzige Festschreibung seines Selbst (seines Aussehens, seiner Gedanken, Gefühle wie Aktionen) und seiner Umgebung (Aussehen der Infrastrukturen, der Produkte, der Menschen und ihrer Gedanken, Aktionen und Reaktionen), so als ob der Erzählprotagonist seine Existenz im Text kontinuierlich bestätigen müsste. Batemans Leben wird dabei vom Ritual des Konsumierens bestimmt, das sein Lebensbild zu systematisieren und ihn selbst zu kontrollieren scheint, wie die folgende Textpassage belegt, die sich ganz plötzlich in seine Ausführungen über den Zusammenbruch eines Wall Street-Kollegen aufgrund von Stress schiebt:

J&B I am thinking. Glass of J&B in my right hand I am thinking. Hand I am thinking. Charivari. Shirt from Charivari. Fusilli I am thinking. Jami Gertz I am thinking. I would like to fuck Jami Gertz I am thinking. Porsche 911. A sharpei I am thinking. I would like to own a sharpei. I am twenty-six years old I am thinking. I will be twenty-seven next year. A Valium. I would like a Valium. No, *two* Valium I am thinking. Cellular phone I am thinking. (80–81)

Jeglicher Verlust von Kontrolle über sein streng normiertes Leben scheint in Bateman Mordgelüste zu wecken, die er anfangs noch durch mörderische Gedankeninszenierungen unter Kontrolle zu bringen scheint; diese ziehen sich wie ein Leitmotiv durch *American Psycho* und gewöhnen die LeserInnen dabei kontinuierlich an das Schreckliche:

It seems that Anne Smiley and I share a mutual acquaintance, a waitress from Abetone's in Aspen who I raped with a can of hairspray last Christmas. [...] Scott and Anne insisted that we all order some kind of blackened medium-rare redfish, a Deck Chairs specialty which was, luckily for them, an entrée on one of the mock menus that Jean made up for me. If it hadn't, and if they nevertheless insisted on my ordering it, the odds were pretty good that after dinner tonight I would have broken into Scott and Anne's studio at around two this morning-after *Late Night with David Letterman*-and with an ax chopped them to pieces, first making Anne watch Scott bleed to death from gaping chest wounds, and then I would have found a way to get to Exeter where I would pour a bottle of acid all over their son's slant-eyed zipperhead face. Our waitress is a little hardbody who is wearing . . . (94–95)



Dass sich hinter dem Erzählerprotagonisten der Autor versteckt, der über seine Serienmörder-Erzählerfigur die voyeuristischen Gelüste seiner Leserschaft austestet, diese unmerklich weiter verschiebt und seine Leserinnen und Leser immer wieder mit dem eigenen Voyeurismus konfrontiert, zeigt sich an ihrer direkten Ansprache. Diese Ansprache wiederum kann auch als trotziger Emanzipationsversuch seitens des ausschließlich textkreierten und -bestimmten Erzählerprotagonisten vom Autor selbst gelten:

While waiting on the couch in the living room, the Wurlitzer jukebox playing “Cherish” by the Lovin’ Spoonful, I come to the conclusion that Patricia *is* safe tonight, that I am not going to unexpectedly pull a knife out and use it on her just for the sake of doing so, that I am not going to get any pleasure watching her bleed from slits I’ve made by cutting her throat or slicing her neck open or gouging her eyes out. She is lucky, even though there is no real reasoning behind the luck. It could be that she’s safe because her wealth, her *family’s* wealth, protects her tonight, or it could be that it’s simply *my* choice. [...] Maybe it’s simply that I don’t want to ruin this particular Alexander Julian suit by having the bitch spray her blood all over it. Whatever happens, the useless fact remains: Patricia will stay alive, and this victory requires no skill, no leaps of the imagination, no ingenuity on anyone’s part. This is simply how the world, *my* world, moves. (76–77)

Es kann nur erahnt werden, um welche Welt es sich handelt. Bis dahin hat Bateman zwar auf seine mörderischen Aktivitäten angespielt, aber noch keinen Mord im Detail beschrieben. Deshalb ist bis dahin auch seine Existenz als Serienmörder nicht festgeschrieben und – für die voyeuristischen und oberflächlichen LeserInnen – somit noch nicht offengelegt (was sich aber abrupt und für diese schockierend ändern wird). Was Bateman jedoch bis dahin bereits über das notwendige Maß hinaus dokumentiert hat, ist seine Existenz als “Parade“-Yuppie in der Reaganschen Welt der 1980er, die von Skrupellosigkeit und sozialer Indifferenz gekennzeichnet ist. Als Angehöriger der Wirtschaftselite Amerikas *hat* er tatsächlich die – von Reagan stets propagierte – Wahl. Er kann mit seinem Geld tun und lassen, was er will: Er kann alles kaufen und (auch) konsumieren, auch Menschen; und sein sozialer Status wird ihn vor Verurteilung schützen.

Ein Motiv für einen Mord an Patricia oder an einem seiner vielen gequälten oder getöteten Opfer und damit eine Erklärung für seine Existenz als Serienmörder bietet Bateman in obiger Passage und auch an späterer Stelle nicht. Das kann er auch nicht: Batemans Psychopathologie – und das ist grundlegend für das Textverständnis – ist eine kulturelle und wird mit der Figur des Erzählerprotagonisten kontinuierlich in den Text eingeschrieben: Batemans Existenz, seine Identität, schöpft sich ausschließlich aus dem, was er konsumiert. Er symbolisiert den ultimativen Konsumenten, der sich durch all das, was er konsumiert, im und mit dem Text reproduziert. Batemans Präsenz im Text und damit die Verankerung in einer erkennbaren realen Welt hat Ellis an zwei kulturellen “Phänomenen” der 1980er-Jahre festgemacht, am Yuppie und am Serienmörder. Mit diesen Extremen, deren kleinster gemeinsamer Nenner das Konsumieren darstellt, vermochte Ellis die Ära des Hyperkonsumismus und ihre Desensibilisierung radikal zu illustrieren. Der Yuppie konsumiert, um sich mittels Statussymbolen eine Identität zu übertragen; er belegt mit der dabei porträtierten, hyperkonsumistischen Welt (und ihren Mechanismen) die zunehmende Entfremdung von sich selbst. Die Entfremdung von sich selbst und von der Gesellschaft spiegelt sich in der Zunahme menschlicher Aggression bis hin zur destruktiven Selbstbestätigung wider. Letztere wird mit der Serienmörderseite Batemans ihr krassestes Beispiel finden: “I can imagine that my virtual absence of humanity fills her [another victim] with mind-bending horror.” (327) Der Serienmörder muss durch Folter, Mord und (auch realen) Konsum seiner Opfer deren Kraft “konsumieren”, um sich damit die eigene Existenz zu bestätigen. Der Yuppie-Serienmörder Bateman wird damit zur Verkörperung des ultimativen Konsumenten, der konsumiert, um zu “sein”.

Im Kapitel "Video Store then D'Agostino's" (111–14) dokumentiert Ellis dann erstmals offen Batemans Psychopathologie – seinen Konsumzwang – und leitet zugleich den schwerpunktmäßigen Übergang vom Yuppie zum Serienmörder im Text ein. Mit dem Ausleihen des bereits erwähnten Populärkulturtextes *Body Double* und der expliziten Wiederholung Batemans, was er mit dem Film zu tun gedenke, führt Ellis höchst plakativ die voyeuristische Gier seines Erzählerprotagonisten mit der der LeserInnen als Komplizinnen und Komplizen zusammen:

I'm wandering around VideoVisions, the video rental store near my apartment on the Upper West Side [...] There are too many couples in line for me to rent *She-Male Reformatory or Ginger's Cunt* without some sense of awkwardness or discomfort [...] Since pornography seems out of the question I browse through Light Comedy [...] but I'm still not satisfied. I *want* something *else*. I pass through the Rock Musical section [...] Horror Comedy – ditto – and suddenly I'm seized by a minor anxiety attack. *There are too many fucking movies to choose from*. I duck behind a promotional cardboard display for the new Dan Aykroyd comedy and take two five-milligram Valiums, washing them down with the Diet Pepsi. Then, almost by rote, as if I've been programmed, I reach for *Body Double* – a movie I have rented thirty-seven times – and walk up to the counter where I wait for twenty minutes to be checked out by a dumpy girl (five pounds overweight, dry frizzy hair). [...] She hands the guy behind her my boxes – and I pretend to ignore his horrified reaction as he recognizes me after he looks at the *Body Double* box – but he dutifully walks into some kind of vault in the back of the store to get the movies. [...] "I like the part in *Body Double* where the woman . . . gets drilled by the . . . power driller in the movie . . . the best," I say, almost gasping. It seems very hot in the video store right now all of a sudden and after murmuring "oh my god" under my breath I place a gloved hand on the counter to settle it from shaking. I take a deep breath and while I'm saying this my head starts nodding of its own accord and I keep swallowing, thinking *I have to see her shoes*, and so as inconspicuously as possible I try to peer over the counter to check out what kind of shoes she's wearing, but maddeningly they're only sneakers-not K-Swiss, not Tretorn, not Adidas, not Reebok, just cheap ones. [...] Once outside [...] my eyes almost like they were guided by radar, focus in on a red Lamborghini Countach parked at the curb, gleaming beneath the streetlamps, and I have to stop moving, the Valium shockingly unexpectedly kicking in, everything else becomes obliterated: the crying bum, the black kids on crack rapping along to the blaring beatbox, the clouds of pigeons flying overhead looking for space to roost, the ambulance sirens, the honking taxis, the decent-looking babe in the Betsey Johnson dress, all of that fades and in what seems like time-lapse photography – but in slow motion, like a movie – the sun goes down, the city goes darker and all I can see is the red Lamborghini and all I can hear is my own even, steady panting. I'm still standing, drooling, in front of the store, staring, minutes later (I don't know how many). (111–14)

"*There are too many fucking movies to choose from.*" (112) Bateman, der alles haben will und sich auch leisten kann, ist vom Konsumangebot schlichtweg überfordert. Welchen Film soll er konsumieren? Batemans Frage steht dabei stellvertretend für das Dilemma einer Konsumentin bzw. eines Konsumenten: Batemans Psychose – der Konsumzwang zur Bestätigung der eigenen Existenz – ist das Resultat der Überladung des Lebensalltags mit unzähligen Produkt- und Lebensangeboten, welche den einzelnen Menschen bei seiner Entscheidungsfindung wortwörtlich nach dem Motto: *Wer die Wahl hat, hat die Qual* erschlagen. Allerdings ist, wie Bateman mit seiner Zwanghaftigkeit deutlich bezeugt, die Annahme, eine echte Wahl zu treffen, Illusion. In einer konsumkapitalistischen Welt, in der alle Grundbedürfnisse längst gedeckt sind und Beziehungen Warencharakter besitzen, gibt es keine authentische Wahl und kein echtes Begehren mehr. Diese Selbst-Entfremdung illustrieren die Lebensstile seit den 1980ern, selbst künstliche Konstrukte, durch welche Wünsche und Sehnsüchte transportiert werden. Batemans absoluter Konsumzwang wird durch die Art und Weise, wie er sich physisch wie psychisch zu beruhigen versucht, sichtbar illustriert: Bateman schluckt das künstliche Beruhigungsmittel "Valium" und versucht sich mittels (visuellem) Einverleiben einer

bekannten Produktwelt (Markennamen) zu kontrollieren (und damit textlich indirekt zu bestätigen). Batemans Konsumzwang ist auch wissenschaftlich belegbar: Der Erzählerprotagonist ist das Beispiel eines Shopaholics, einer Person mit einem Konsumzwang oder einer Einkaufssucht, was als Phänomen Ende der 1980er-Jahre medial vielfach diskutiert wurde.<sup>1153</sup>

Nach dem Anfall im Kapitel "Video Store then D'Agostino's" unterzieht sich Bateman in seinem Schönheitssalon einer ausgiebigen Gesichtereinigung und hat anschließend ein Mittagessen mit seiner Freundin Evelyn, welches er zuvor nach üblicher Manier – telefonisch mit "fingierten" Anrufen auf anderen Leitungen, einer vorgetäuschten Abwesenheit per Anrufbeantworter oder etwa per Imitation seiner eigenen Stimme am Anrufbeantworter – vergebens zu "verhindern" versuchte. Bateman und Evelyn reden im Restaurant aneinander vorbei, wobei Bateman sich von Evelyns Erzählungen und pausenlosem Smalltalk stark genervt zeigt. Sein Interesse für Evelyns Anliegen ist fast nicht vorhanden, außer es geht um die "interessanteste Person, die er kennt", um Timothy Price, der ja schon länger verschwunden ist. Laut Gerüchten sei Price, so Bateman, in "rehab" in Arizona (120). Evelyn tippt auf AIDS und Bateman beruhigt sie mit den Worten "Just . . . general . . . brain . . . injuries." (120) Damit ist das Thema erledigt, und vor Evelyn, die den 26 Jahre "alten" Bateman mit dem Image eines großen gesellschaftlichen Events zur Heirat mit ihr drängt, sitzt ein Irrer, der den Leserinnen und Lesern parallel seine Version einer High Society-Hochzeit liefert.

"I'd want to bring a Harrison AK-47 assault rifle to the ceremony [...] blowing your fat mother's head off [...] Or an AR-15. You'd like it, Evelyn: It's the most expensive of guns, but worth every penny." I wink at her. But she's still talking; she doesn't hear a word; nothing registers. She does not fully grasp a *word* I'm saying. My essence is eluding her. She stops her onslaught and breathes in and looks at me in a way that can only be described as dewy-eyed. [...] "We should do it." (124)

In dieser Textpassage findet sich übrigens eine weitere sprachliche wie inhaltliche Verbindung zu Price, der eine ähnliche Drohung schon einmal ausgestoßen hatte und die wiederum ein Einssein der Figuren Bateman und Price impliziert: Als Price in Harry's Bar von seinen Kollegen zu seiner Kleidungsfrage für das GQ-Preisrätsel befragt wurde, meinte er: "If all of your friends are morons is it a felony, a misdemeanor or an act of God if you blow their fucking heads off with a thirty-eight magnum?" (35) Evelyn scheint Bateman nicht zu hören, genauso wie alle anderen Figuren im Text seine Gewaltfantasien nicht hören (werden). Vor ihr sitzt ein Unmensch, der Gefühle zwar perfekt reproduzieren bzw. reflektieren kann (zumeist bedient sich Bateman dafür gängiger Musiktitel, die Stimmungen vermitteln), aber völlig unfähig ist zu fühlen. Das wird den Leserinnen und Lesern nach einem Drittel des Textes, einer endlosen Alltagsbeschreibung und einem nicht enden wollenden, flauen Wechselbad der Gefühle brutal vor Augen geführt.

Im Kapitel "Tuesday" (126–32) wechselt Bateman die Umgebung: Von den mondänen Orten der High Society steigt er in die von stinkenden Mülltonnen flankierten Seitenstraßen New Yorks ab und befindet sich "downtown below Fourteenth Street", wo "black guys" Crack anbieten und ihm "skinny faggots" nachpfeifen. Bateman trifft auf einen Obdachlosen mit einem Hund und beugt sich hinunter. Die Textpassage beginnt mit einer detaillierten Beschreibung des ausgehungerten Hundes namens GIZMO, der Bateman – gleich wie seinem Besitzer – blindes Vertrauen entgegenbringt. Von der Zustandsbeschreibung des Hundes geht Bateman übergangslos auf die Beschreibung des Hundebesitzers, eines Obdachlosen namens Al, über.

<sup>1153</sup>

Siehe den Eintrag zum Thema SHOPPING in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

Bateman beginnt mit einer typischen Beschreibung von Als äußerer Erscheinung, wobei die völlige Konzentration auf Al – für einen Moment – sehr persönlich, mit “this season’s homeless person’s fashion statement” (129) fast komisch wirkt und – im nächsten Moment – mit der Beschreibung des Gestanks nach Urin, Exkrementen und abgestandenem Alkohol ungemein degradierend wird. Bateman verwickelt Al in ein “entmündigendes” Frage-Antwort-Spiel gemäß Reaganschem Rechtfertigungsmuster der Selbstverschuldung von Armut. Bateman will von Al wissen, ob er Geld wolle und beginnt dann einen asozialen Monolog über “Parasiten” wie ihn, den Obdachlosen Al. Al solle doch einen Job annehmen und nicht von der Sozialhilfe leben; er, Bateman, würde ihm sogar helfen. Al ist dankbar und weint vor Freude; Bateman tätschelt mit seinen Handschuhen den Hund. Stimmungswechsel. Die demonstrierte (soziale) Macht wird zu physischer Gewalt: Bateman wirft Al vor, dass er stinke, greift in die Tasche – Al erwartet sich Geld – und stellt die rhetorische Frage “Do you know what a fucking loser you are?” (131). Plötzlich und ohne augenscheinlichen Grund sticht Bateman auf den Obdachlosen ein; verstümmelt seine Nase und sticht ihm seine Augen aus. Dann bricht er dem Hund, welcher Bateman an anderer Stelle wiedererkennen wird, die Beine.<sup>1154</sup> Alles, jedes noch so kleinste Detail dieser Verstümmelung, hat Bateman – so wie bei seinen Produktbeschreibungen – dabei peinlich akribisch vor dem Lesepublikum ausgebreitet, bis dieses vor dem eigenen Ekel zurückschreckt und der Autor von einem Moment auf den anderen mit Batemans Worten “There’s a quarter. Go buy some *gum*, you fucking *nigger*” (132) die Szene beendet und das Thema wechselt.

During the years I worked on the book, I did not know how violent it would become [...] But it seemed clear to me that Bateman would describe these acts of brutality in the same numbing, excessive detail and flat tone that he recounts everything else – his clothing, his meals, his workouts at the gym. It seemed to me that he would not avoid telling the reader what he does when he murders people. For me, it was an esthetic choice that made sense.<sup>1155</sup>

*American Psycho* ist ein “konzeptioneller” Roman, in dem die erzählende Stimme Struktur, Sprache und Länge des Romans bestimmt: So folgt einer detaillierten Produktbeschreibung auch ein akribisch geschilderter Mord, und so ist die in *American Psycho* dargestellte physische wie psychische Gewalt mit dem “Umfeld” von Bateman zu lesen, das durch die Reagansche Gesellschafts-, Sozial- und Wirtschaftspolitik verloren hat, wie sich an der Auswahl der Mordopfer immer wieder zeigt. Diesem ersten, für die LeserInnen (emotionalen) Höhepunkt in *American Psycho* folgt ein ausgedehntes Kapitel über Batemans Lieblingsmusikgruppe Genesis.

“Genesis” (133–36) ist eines der drei eingeschobenen Musikkapitel<sup>1156</sup> im Text, die grundlegend bei der Umsetzung von *American Psycho* als sprachlich visualisierter Film wirken. Die Musikkapitel stellen einen kurzzeitigen Bruch im Filmtext und damit einen klaren Eingriff seitens des Autors dar. Dieser Filmbruch ähnelt dabei den Brüchen, die durch das Schalten eines Werbeblockes in einem Mainstream-Film im Hauptabendprogramm provoziert werden. Die Kohärenz des Filmgeschehens wird dabei vor einem filmischen Höhepunkt kurzzeitig unterbrochen und die aufgewühlten ZuseherInnen für einige Minuten mit Lebensstil- und Produktangeboten bombardiert.<sup>1157</sup> Die Aufmerksamkeit des (Lese- bzw. Film-)Publikums in diesem Moment ist garantiert und die ZuseherInnen als Konsumentinnen und Konsumenten sind besonders

<sup>1154</sup> Diese Szene erinnert an die “sinnlose” Gewaltszene aus Stanley Kubricks Filmklassiker *The Orange Clockwork* (1971 nach Anthony Burgess), wo Alex De Large und seine Gang einen Obdachlosen und dessen Hund brutal quälen.

<sup>1155</sup> Ellis im Interview mit Cohen, “Bret Easton Ellis Answers Critics of ‘American Psycho’,” C13.

<sup>1156</sup> Siehe den Eintrag zum Thema MUSIK in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

<sup>1157</sup> Vgl. Day, 4 f.

rezeptiv. Diese regelmäßigen Unterbrechungen geben im Konsumalltag zwar vermeintlich Stabilität, wirken auf die Wahrnehmungsweise der Konsumentinnen bzw. Konsumenten (des Romans) jedoch langfristig abstumpfend. Im Gegensatz zur – Spannung steigernden – Positionierung von Werbeblöcken, welche Filme unterbrechen, platziert Ellis seine Musikkapitel *nach* (emotionalen) Höhepunkten. Für *American Psycho* bedeutet dies ein “Musik”-Kapitel kurz nach der detailliert geschilderten Folterung des Obdachlosen Al, nach dem von Bateman äußerst anschaulich geschilderten Mord an seiner Ex-Freundin Bethany (“Whitney Houston”, 252–56) und nach einer Verfolgungsjagd, die mit Batemans Beichte all seiner Morde auf dem Anrufbeantworter seines Anwalts Harold Carnes endet (“Huey Lewis and the News”, 352–60). Letztere wird die LeserInnen vor allem durch den in der Verfolgungsjagd implizierten Erzählerperspektivenwechsel aufwühlen: Diese Verfolgungsjagd am Ende des Romans wird nicht nur deutlicher denn je Batemans totale Unzuverlässigkeit in der Darstellung des Geschehens demonstrieren und mit dem Einsetzen einer “beobachtenden” Außenautorität die filmische Qualität des Textes verstärkt hervorkehren; das erzählte Chaos dürfte die LeserInnen vollends verwirren, und da bietet ein Musikkapitel vermeintlich “Entspannung”.

Was Ellis mit diesen eingeschobenen Musikkapiteln auf einer emotionalen Ebene spürbar macht, ist nicht weniger grausam: Mittels (s)einer Art von Werbeblock – einem Musikkapitel – katalysiert der Autor für einen Moment den Schrecken, um seinem Lesepublikum in der Folge die totale Entspannung zu bieten. Die spannungsunterbrechende Wirkung dieser Musikkapitel in Form eines extremen Stimmungswechsels führt Ellis thematisch durch die Monotonie der Musikkritiken (es sind Texte, die oberflächlich gesehen in keinem Zusammenhang mit dem bis dato Geschilderten stehen) herbei, die den Werdegang (die Reife) und die Art der Musik (die Emotionalität) von Batemans Lieblingsbands “Genesis” und “Huey Lewis and The News” und seiner Liebessängerin “Whitney Houston” beschreiben. Die inhaltliche Schwerpunktsetzung in den einzelnen Musikkapiteln gibt den Leserinnen und Lesern entweder Hinweise auf den Fortgang von *American Psycho* oder aber hebt – beispielsweise mit der Analyse der Musikkarriere von “Huey Lewis” – den Widerspruch zum Textgeschehen hervor: das Fehlen von erfolgreichen Beziehungen, von Liebe, Elternschaft, kurzum von jeglicher Entwicklung und damit persönlicher Reifung im Text. Die fachsprachlich perfekten, etwas emotional gefärbten Musikbeschreibungen könnten gerade ob des krassen Stilbruches im Text durchwegs aus dem populären Musikmagazin *Rolling Stone* stammen. Formal bricht Ellis mit einem harten, spürbaren (Film-)Schnitt – von einem Mord auf ein Musikkapitel. Mit der klaren Montage zweier in ihren Inhalten so unterschiedlich gewichteter Kapitel impliziert Ellis die Gleichsetzung der beiden Inhalte, die Banalisierung der Morde, wodurch er dem Brutalen das Schreckenspotenzial raubt. Die Toleranzschwelle gegenüber der visualisierten Gewalt wird bei den Leserinnen und Lesern nach dem dritten Musikkapitel, Bateman hat sich schon längst als Serienmörder in den Text eingeschrieben, beträchtlich gesunken sein.

Die drei Musikkapitel markieren auch die inhaltliche Filmbewegung in *American Psycho* von der Alltagsbeschreibung eines Yuppies über den Konsumzyklus eines Serienmörders zum gejagten und schlussendlich unentdeckten Yuppier-Serienmörder. Das lässt sich einmal rein mathematisch durch den Textaufbau belegen: Das erste Musikkapitel über “Genesis” beginnt genau nach dem ersten Drittel des 399-seitigen Romans auf Seite 133 (4 Seiten), 119 Seiten später, knapp vor Ende des zweiten Drittels folgt das Kapitel über “Whitney Houston” (4 Seiten) und dann genau 100 Seiten später das letzte Musikkapitel über “Huey Lewis and the News” (8 Seiten). Eine genauere Drittelung mag wegen der vorgenommenen Endkorrekturen des Romans (durch den unerwarteten Verlagswechsel) aufgehoben worden sein.

Nach dieser ersten Darstellung als “gewalttätiger” Yuppie im Kapitel “Tuesday” hat Bateman ein Mittagessen mit seinem ehemaligen Schul- und jetzigen Arbeitskollegen Christopher Armstrong. Als dieser – wie aus einem Werbeprospekt – Bateman über die geografischen und kulinarischen Vorzüge seiner Urlaubsorte und Fluglinien aufklärt, verkündet Bateman wie “aus dem Stegreif”: “My life is a living hell, [...] And there are many more people I, uh, want to . . . want to, well, I guess *murder*.” (141) Und ab diesem Moment beginnen sich neben den Anspielungen auf Morde auch detailliert beschriebene Morde in Batemans Lebensalltag einzuschieben und der Übergang vom Yuppie zum Serienmörder beginnt sich abzuzeichnen: Patricks erster Mord im Text missglückt; der Mordversuch wird die LeserInnen ob seiner komischen Aspekte auf makabere Weise aber zum Schmunzeln bringen: Bateman will seinen Kollegen Luis töten, denn damit könnte die etwas verrückte, laut Bateman hoffnungslos romantische und ihm gegenüber loyale Courtney – “a shallow bitch [...] *But a physically superior, near-perfect-looking shallow bitch*” (157) – mehr Zeit für ihn haben. Ergo folgt Bateman Luis im “Yale Club” auf die Toilette, legt ihm von hinten die Hände um den Hals und ... (Ellis spielt mit der Erwartungshaltung seiner Leserschaft) Luis dreht sich unerwartet um und küsst Batemans linkes Handgelenk:

[...] *kisses my left wrist, and when he looks back up at me, shyly, it's with an expression that's . . . loving and only part awkward. [...] “God, Patrick,” He whispers. “Why here?” [...] I can't do it, my hands won't tighten, and my arms, still stretched out, look ludicrous and useless in their fixed position. “I've seen you looking at me,” he says, panting. “I've noticed your” – he gulps – “hot body”.* (159)

Der als homosexuell bekannte Luis scheint Batemans Absicht(en) missverstanden zu haben oder er hat ganz klar auf Batemans (latent vorhandenen, dem Erzählerprotagonisten selbst jedoch nicht bewussten) Körpersignale reagiert. Verwirrt zieht sich Bateman zurück. Diese und noch weitere Szenen zwischen Luis (er ist von da an ein hoffnungsloser Verehrer Batemans) und Bateman illustrieren Batemans sexuelle Ambiguität, die auch als klare auktoriale Eingriffe gelten mögen und den Erzählerprotagonisten selbst immer wieder überraschen. Allerdings vermögen diese Textpassagen gleich wie jene mit Jean (sie und Luis sind Außenstehende im Text) die Leserinnen und Leser aufgrund ihrer menschlichen Qualität zu berühren.

Nach der Begegnung mit Luis wird das Romangeschehen finsterer: Batemans Konsumzwang äußert sich zuerst in einem Nervenzusammenbruch; es ist der Anfang vieler solcher:

I find myself moving down Fifth toward Saks, trying to remember if I switched the tapes on my VCR, and suddenly I'm worried that I might be taping *thirtysomething* over *Pamela's Tight Fuckhole*. A Xanax fails to ward off panic. Saks intensifies it. [...] pens and photo albums, pairs of bookends and lightweight luggage, electric shoe [...] (177–80)

Als wäre eine Barriere gebrochen, entwickelt sich der Konsumzyklus des Erzählerprotagonisten zum Mordzyklus: Batemans Konsumzwang zur Bestätigung seiner selbst gleicht dabei dem eines realen Serienmörders, der sich durch das Quälen und Töten seiner Opfer zu konstruieren und zu rekonstruieren versucht. Bateman ersticht grundlos einen asiatischen Lieferjungen und schlägt auf eine Bettlerin ein: “She was too ugly to rape.” (213) Dazwischen streut Ellis häppchenweise Batemans morgendliche Talkshow, Körperpflegerituelle, Videos, exotische Essenskreationen, die Erinnerung an die brutale Vergewaltigung einer Bekannten namens Alison Poole<sup>1158</sup> während des Kentucky Derbys mit seiner Freundin Evelyn, als er Alison im Nachtclub Nell's wiedertrifft sowie pornografische Intermezzi mit Prostituierten:

<sup>1158</sup> Vgl. Alison Poole in *Story of My Life* (New York: Vintage, 1988) von Jay McInerney.

Sabrina is now face level at Christie's ass and cunt, both of which I'm fingering lightly. I motion for Sabrina to move her face in even closer until she can smell my fingers which I push into her mouth and which she sucks on hungrily. With my other hand I keep massaging Christie's tight, wet pussy, which hangs heavy, soaked below her spread, dilated asshole [...] tired of balancing myself [...] My cock slides in almost too easily [...] (173)

Diese Textpassage stellt ganz nebenbei erwähnt eine abstrahierte, sprachliche Transkription realer Pornofilme und -literatur dar und wird von Bateman als mathematisch exakt angeordnetes Tafelbild komponiert und kontrolliert. Die Langeweile der pornografischen Routine bzw. Wiederholung bestimmt den für die Leserinnen und Leser "aufreibenden" Rhythmus dieser Passage.

Und wieder bringt ein "Filmschnitt" ein Wechselbad der Gefühle und einen abrupten Themenwechsel: Im Kapitel "Christmas Party" (180–99) "erträgt" Bateman seine Freundin Evelyn, die sich ihre Anerkennung als Frau immer wieder in der "oberflächlichen" Erfüllung der Pflichten einer Hausfrau und Gastgeberin holt, auf ihrer Nobel-Weihnachtsparty mit Leuten, die Rentiergeweihe als Kopfschmuck tragen. Dort erkundigt sich Evelyn pausenlos bei ihren Gästen, wie ihnen denn der "Waldorf Astoria salad" schmeckt, obwohl dieser – gleich wie das Sushi am Beginn von *American Psycho* – von einem Catering-Service geliefert wurde. Wie oberflächlich auch Evelyn ist, zeigt ihre Verwechslung von *elk* und *elf*, wodurch auf ihrer Weihnachtsparty keine Rentiere, sondern verkleidete Elfen und Wichtel die Gäste bedienen und "O Tannenbaum" singen. (194) Bateman beschließt, seinen Konkurrenten Paul Owen zu ermorden. Als dieser und dessen Freundin Meredith auf besagter Weihnachtsparty Patrick Bateman und Evelyn mit Marcus Halberstam und dessen Freundin Cecilia verwechseln, fasst Bateman den endgültigen Entschluss, diesen seinen Konkurrenten zu töten – in der Hoffnung, dass ihm nach Paul Owens Tod der zwanghaft ersehnte Fisher-Account übertragen würde. Zunächst jedoch lockt Bateman, damit die Verwechslung nicht auffliegt, Evelyn mit dem Vorwand einer möglichen Heirat von ihrer eigenen Weihnachtsparty weg und leiht sich – unter dem Namen Marcus Halberstam – die Limousine von Paul Owen aus. Als Evelyn in Paul Owens Auto das für dessen Freundin bestimmte Diamantenkollier findet und glaubt, es sei Batemans Verlobungsgeschenk, rutscht diesem ein verwirrtes "That's not it" heraus. In seiner Verlegenheit schenkt Bateman Evelyn daraufhin den vom getöteten asiatischen Fahrradkurier und Blut durchtränkten Glückskeks, dessen Wahrsagung – "*The fresh grilled foie gras at Le Cirque is excellent but the lobster salad is only so so*" – Evelyn schlussendlich als Einladung ins Restaurant *Le Cirque* interpretiert. (191–93) Die eben geschilderte Situation erinnert an eine Verwechslungskomödie, in der Notlügen ungewöhnliche Implikationen bewirken.

Zwanglosen Plaudereien folgen zwanghafte Konsumräusche und dann ein Blutrausch, der sich – sprachlich übergangslos – auch emotional auf die LeserInnen auswirken wird: Denn Bateman ermordet – wie den Leserinnen und Lesern bereits angekündigt – seinen Erzfeind Paul Owen, dem er damit das Privileg des Fisher-Accounts nimmt. Die LeserInnen werden den absurden Mord an Batemans Konkurrenten im Kapitel "Paul Owen" (214–21) mit hysterischen Lachanfällen begleiten, zugleich jedoch an der eigenen voyeuristischen Konsumgier, die sie unentwegt weitertreibt, zu ersticken drohen: So gibt sich Patrick Bateman bei einem arrangierten Abendessen im "Texarcana" mit Paul Owen als Marcus Halberstam aus, was in der Austauschbarkeit des Yuppie-Kreises ja möglich ist, und hofft ihm Informationen über den Fisher-Account zu entlocken. Als Owen Bateman ("Halberstam") jedoch immer nur banale oder bereits bekannte Informationen über den Account preisgibt und dabei kontinuierlich das Thema wechselt ("Owen infuriatingly changes the topic back to either tanning salons or brands of cigars or certain health clubs or the

best places to jog in Manhattan”, 216), beginnt Bateman sich zu ärgern. Er lädt den betrunkenen Konkurrenten zu sich nach Hause ein und spaltet dessen Schädel mit einer Axt. Waren die Sätze im “Texarcana” smalltalkmäßig kurz, konfus und abgehackt, werden die Sätze beim Mord an Paul Owen lang, konzentriert und zusammenhängend, so als ob sich Bateman über das Töten – und damit über ein entpersonalisiertes Wesen – rein sprachlich selbst reproduzierend wieder kontrollieren kann:

Blood starts to slowly pour out of the sides of his mouth shortly after the first chop and when I pull the ax out – almost yanking Owen out of the chair by his head – and strike him again in the face, splitting it open, his arms flailing at nothing, blood sprays out in brownish geysers, staining my raincoat. (217)

Nach dem Mord fährt Bateman in Owens Apartment, fälscht eine Nachricht auf dessen Anrufbeantworter “I wonder aloud where I should send Paul, and after a few minutes of intense debating decide: London. [...] My voice sounds similar to Owen’s and to someone hearing it over the phone probably identical.” (218). Dann “stiehlt” Bateman verschiedene Dinge wie einen “Panasonic portable hair dryer [...] a Toshiba portable compact disc player with one of the discs from . . .” (219), kehrt in sein eigenes Apartment zurück, packt den Körper von Owen in einen Canalino-Schlafsack und schleift diesen an seinem Türsteher und an zwei Bekannten, welche in diesem Moment von Bateman die allgemeinen Kleiderregeln für ein weißes Dinnerjacket wissen wollen, vorbei zum Taxi, welches ihn und den Leichnam von Owen nach Hell’s Kitchen bringt. In dem “abandoned loft building” (214), in dem er sich zuvor eingemietet hat, trägt Bateman den Schlafsack “leichtfüßig” die vier Treppenstufen hoch, legt Owens Leiche entkleidet in eine übergroße Porzellanbadewanne und begießt sie mit Kalk; dann hört er erschöpft seine Telefonnachrichten ab. Als Bateman später im Kapitel “Detective” (266–78) vom Privatdetektiv Donald Kimball<sup>1159</sup> zu Paul Owens Mord befragt wird, verhält er sich so suspekt, dass er “realistischerweise” sofort unter Mordverdacht stehen müsste. Der von Owens Freundin Meredith Powell engagierte Kimball ist sich allerdings gar nicht sicher, ob Owen tatsächlich tot ist, da Owen Powell eine Menge Geld schuldet und einer seiner Kollegen Owen tatsächlich in London gesehen zu haben glaubt: “Well, I’ve had a hard time getting an accurate verification’, he admits. ‘A . . . Stephen Hughes says he saw him at a restaurant there, but I checked it out and what happened is, he mistook a Hubert Ainsworth for Paul, so . . .’” (273) Detektiv Kimball wird – obwohl Bateman ihm nie ein stichfestes Alibi liefern kann – schlussendlich das Alibi für Bateman finden: So habe er herausgefunden, dass Patrick Bateman mit Kollegen, unter anderem mit Marcus Halberstam, zu Abend gegessen habe. Owens Mord bringt auf krasse Weise die soziale Indifferenz einer Gesellschaft zum Ausdruck, in der Persönlichkeit und Individualität wertlos geworden sind und allein der soziale Status wertvoll ist. Mit der Austauschbarkeit des Einzelnen in diesem homogenen Gesellschaftskreis hat zugleich das Verantwortungsbewusstsein dem Anderen gegenüber abgenommen: Die Anonymität in der Masse bietet jenen Menschen zunehmend Platz, die ihre Eigeninteressen wegen des fehlenden Schutzes des Einzelnen in der Gemeinschaft skrupellos durchsetzen können und die zugleich durch die Verantwortungslosigkeit, welche mit der Vermassung des Einzelnen einhergeht, geschützt sind. Batemans Unentdecktsein hängt auch mit den Mordschauplätzen zusammen: Es sind zumeist private, exklusive Wohnungen, in denen die Morde stattfinden, wie sein oder Owens Apartment oder die gemietete Wohnung im verlassenen Gebäudekomplex in Hell’s Kitchen, wo Bateman für seine Anonymität bezahlt. Aber auch die Morde in der Öffentlichkeit geschehen an Orten in Gegenden, die von sozial Benachteiligten – ob ihrer Unsichtbarkeit – zu privaten Räumen gemacht wurden,

<sup>1159</sup>

Im Zusammenhang mit dem Mord an Paul Owen und der späteren Verfolgungsszene in “Chase, Manhattan” dürfte der Name des Detektivs, Kimball, wiederum eine Anspielung auf die 1960er-Jahre TV-Serie “The Fugitive” sein. Darin wird ein Richard Kimball von einem Detektiv verfolgt, der Kimball verdächtigt, seine Frau umgebracht zu haben. Kimball selbst verfolgt aber den echten Mörder, einen einarmigen Mann.



wie die Nebenstraßen von New York, wo Bateman jedoch durch seinen Yuppie-Status vor jeglicher Anschuldigung wiederum geschützt ist.

Bei der Befragung zum Mord an Paul Owen durch den Detektiv erfahren die Leserinnen und Leser einige weitere Details über den Erzählerprotagonisten: Bateman ist da 27 Jahre alt und würde im Oktober 28 Jahre alt werden, wodurch mit seiner Aussage in einem früheren Kapitel – er sei noch 26 Jahre alt – die Zeitlosigkeit des Batemanschen Konsumzyklus', der sich demnach also bereits 1–2 Jahre im Text hindurchziehen müsste, (in)direkt belegt wird. Zudem wissen die LeserInnen nun, dass Bateman nach dem Privatgymnasium Exeter die renommierte Harvard Business School besucht hat und im 11. Stock des "American Gardens Building" an der "Fifty-five West Eighty-first Street" wohnt; es soll sich um den gleichen Apartment-Komplex wie den von Tom Cruise handeln.

Nach dem Mord an Paul Owen folgt im Kapitel "Birthday, Brothers" (224–30) ein von den Vermögensverwaltern von Batemans Vater initiiertes Geburtstagesessen mit seinem jüngeren Bruder Sean, welcher sich gerade in New York befindet. Patrick soll für sie herausfinden, woher Sean die Mittel für seinen Lebensunterhalt habe und Sean für das Treffen mit einem sich angeblich verschlechternden Gesundheitszustand seiner Mutter "ködern". Patrick (Bateman) verachtet Sean und will mit seinem Geburtstagsgeschenk – zunächst kauft er ihm eine sorgfältig ausgewählte Krawatte, die er im letzten Moment für sich behält – seine Überlegenheit Sean gegenüber demonstrieren: Das endgültige Geschenk ist eine (unpersönliche) Armbanduhr mit integriertem Taschenrechner und Speicherplatz für 50 Telefonnummern mit dem Hintergedanken, dass sein Bruder nie so viele Bekanntschaften haben könne. Während des Telefonats mit Sean verwirft Patrick die Idee, einen Tisch im "immer ausgebuchten" Dorsia zu bestellen; wenig später teilt Sean Patrick mit, dass er einen Tisch im Dorsia bestellt habe. Als Sean – gleich wie sein Bruder übrigens immer – eine halbe Stunde zu spät ins Dorsia kommt, ist Patrick vom Kellner noch nicht an den Tisch gesetzt worden. Sean präsentiert sich gleich herzlos wie sein Bruder, als er mit dem Gesundheitszustand seiner Mutter konfrontiert wird: "Like what? Mom ate her pillow? What?" (225) Sean ist launisch und arrogant; er ist kurzum das Spiegelbild seines Bruders, was Patrick nervös macht und mit Hass erfüllt, vor allem nach einem Essen mit Champagner und Hummer, welches Sean – gleich wie Patrick übrigens – nicht angerührt hat, Patrick jedoch bezahlt. Es gibt kein Gespräch zwischen den beiden, sondern nur einen machomäßigen Schlagabtausch auf der Grundlage eines identischen Wertekanons, bei dem der eine dem anderen seine Überlegenheit beweisen will: Sean stellt sich als reicher und einflussreicher als Patrick heraus; er "gewinnt" den Machtkampf zwischen den beiden, weil er mit dem Maître D' des Dorsia "persönlich" bekannt ist und ein "In"-Lokal nennt, das Bateman nicht kennt. Obwohl die LeserInnen in diesem Kapitel "Birthday, Brothers" und im späteren Kapitel "Sandstone" (365–66), in dem Bateman seine kranke Mutter im Sanatorium Sandstone besucht und sie einander absolut fremd sind, für kurze Zeit mit Batemans Familie konfrontiert werden, vermögen sie eine Erklärung für Batemans Serienmörderdasein nicht in dessen Vergangenheit festzumachen (auch wenn die fehlende Kommunikation und Apathie in diesen beiden Kapiteln zu klischeehaften Vermutungen Anlass geben mögen).

Auch das Mittagessen mit Batemans Jugendliebe Bethany in "Lunch with Bethany" (230–47) nach vielen Jahren des Wiedersehens wird den Leserinnen und Lesern keinen Aufschluss über Batemans "Charakter" geben, wohl aber über dessen zeitliches Wahrnehmungsempfinden: "I have no patience for revelations, for new beginnings, for events that take place beyond the realm of my immediate vision." (241) Batemans

Existenz – und das entspricht seiner Symbolfunktion im Text als ultimativer Konsument – ist ausschließlich auf die unmittelbare Gegenwart gestützt, die mit jedem reproduzierten Text “neu” produziert wird; jeglicher Verweis auf eine Vergangenheit – als er Evelyn verlässt, bittet diese ihn, sich an ihre gemeinsame Vergangenheit zu erinnern – wird von ihm geradezu zwanghaft verleugnet: “The past isn’t real. It’s just a dream [...] Don’t mention the past.” (340) Die einzigen Hinweise auf eine Vergangenheit Batemans als Yuppie bzw. als Serienmörder sind – wie bereits erwähnt – trügerisch: Die vagen Hinweise auf Batemans Familie sind Teil eines vom Autor künstlich geschaffenen Familiengefüges. Dieses zieht sich bruchstückhaft durch Ellis’ Romane und macht ob des fehlenden – das heißt “realistisch” begreifbaren – Zusammenhangs eine persönliche Vergangenheitsbewältigung unmöglich. Als Bethany Patrick über ihre jüngste Vergangenheit erzählt, konfrontiert dieser die LeserInnen sehr wohl mit seiner Vergangenheit als Brutalo und Serienmörder: “My rages at Harvard were less violent than the ones now and it’s useless to hope that my disgust will vanish – there is just *no way*.” (241) Diese Worte folgen auf einem Mord, den er bereits als Universitätsstudent begangen hat, und belegen mit den vielen Hinweisen im Text auf Morde und Vergewaltigungen (unter anderem am Hausmädchen als 14-Jähriger) und andere Gewaltakte in der Vergangenheit einzig die Beständigkeit seiner mörderischen Existenz.<sup>1160</sup> Für den Hyperkonsumenten Patrick Bateman gibt es nur eine Gegenwart, keine Vergangenheit und wegen der Konsumübersättigung schlussendlich auch keine wünschenswerte Zukunft: “I no longer find anything worth looking forward to.”(376)

Wie normal und “ungefährlich” Bateman trotz makaberer Seiten und porträtiertes sozialer Indifferenz für seine Umgebung wirkt, belegt wiederum Bethanys Urteil über ihn nach dem gemeinsamen Essen, trotz schlechter Erfahrung in der Vergangenheit:

“Oh, Patrick,” she’s saying. “You’re still the same. I don’t know if that’s good or bad.”  
 “Say it’s good.”  
 “Why? Is it?” She asks, frowning. “Was it? Then?”  
 “You only knew one facet of my personality,” I say. “Student.”  
 “Lover?” she asks, her voice reminding me of someone human.  
 My eyes fall on her coldly, untouched. (241)

Ellis illustriert mit dieser Passage die Oberflächlichkeit eines Urteils, das sich einzig am präsentierten (Yuppie-)Image orientiert. Um welches Image es sich dabei handelt, konnten sich die LeserInnen (bzw. ZuseherInnen) kurz zuvor durch eine Bemerkung Bethanys über Batemans Teint visualisieren. Bethany konnte sich nämlich nicht erinnern, dass Bateman im College jemals einen so dunklen Teint hatte, dennoch war er damals schon “[...] definitely the George Hamilton of the class of eighty-four” (236).<sup>1161</sup> Batemans bis dahin transportiertes Image als “gut gekleideter, sportlich-konservativer Yuppie mit einem strahlend weißen Lächeln” wird mit dem Hinweis auf George Hamiltons Aussehen – schwarze Haare, dunkle Augen, immer braun gebrannt – komplettiert. Zugleich impliziert Bethanys Anspielung auf das “perfekte”, austauschbare Aussehen dieses “Dandy”-Schauspielers aus einer der ersten Fernsehserien über die Welt der Reichen und Schönen, dass Batemans Image künstlich kreiert ist. Indem Bateman sein eigenes, künstlich geschaffenes Image mit Bethanys gesundem und natürlichem Aussehen “her skin tone [...] firm and rosy” kontrastiert,

<sup>1160</sup> Vgl. AP 94, 207, 241, 285, 291, 342.

<sup>1161</sup> Vgl. Steur, 43: Steur stellte fest, dass die Handlung von *Less Than Zero* aufgrund verschiedener Hinweise aus der Rock- und Popmusik im Jahr 1984 stattgefunden haben musste. Mit dieser Fixierung auf die Jahreszahl 1984 würde *Less Than Zero* durch George Orwells Roman *1984* eine “symbolhafte Bedeutung” gewinnen. In *American Psycho* ist Orwells Schreckensvision Wirklichkeit geworden und zwar weniger in der Verkörperung des *Big Brother Watching You*, sondern im breiten Konsumdiktat.

stilisiert Ellis Batemans Existenz für die LeserInnen (bzw. ZuseherInnen) sogar bis zur Surrealität hoch und illustriert zugleich die Manipulierbarkeit eines Images, das als solches nie Aufschluss über einen inneren Zustand geben kann. Einzig das Gedicht, das Bateman Bethany – wie zu Universitätszeiten – geschrieben hat, wird sie an Batemans “sense of ... social injustice” (234) erinnern. Es ist kein langes, sondern ein sehr kurzes Gedicht, laut Bateman eine Art HAIKU: “The poor nigger on the wall. Look at him.” [...] “Look at the poor nigger. Look at the poor nigger . . . on . . . the . . . wall.” [...] “Fuck him ... Fuck the nigger on the wall . . .” [...] “Black man . . . is . . . de . . . debil?” (233) Bateman ist beim Mittagessen sehr nervös – seine Hände zittern, sein Auge zwinkert und sein Bein zuckt unkontrollierbar –, was Bethany auch bemerkt. Mit ihrer Präsenz verweist sie auf ihre gemeinsame Vergangenheit an der Harvard-Universität: Sie war es, die Bateman damals verlassen hatte, weil er sie während ihrer gemeinsamen Zeit geschlagen hatte. Bateman wiederum hat sich seinen Angaben zufolge sogar extra für das gemeinsame Essen vorbereitet und ein dünnes Buch mit Kurzgeschichten namens *Wok* zu lesen versucht. Obwohl Bethany bei “Milbanks Tweeds” arbeitet, gehört sie ob ihres Verhaltens und ihrer Interessen – wie sich während des Mittagessens erkennen lässt – nicht zu Batemans sozialem Kreis. Wegen ihres Selbstbewusstseins, ihrer Souveränität, aber auch durch ihre Schönheit “she looks just like a model” (231) fühlt Bateman sich ihr unterlegen. Während des Mittagessens in dem neuen Evan Kiley Bistro namens “Vanities” (allerdings ohne Nichtraucherbereich und Möglichkeit zu reservieren) “verletzt” Bethany jedoch zweimal Batemans “Ego”: Als er erfährt, dass Bethany mit seinem Feind aus Studienzeiten, Robert Hall, zusammen und dieser zusätzlich der Koch und Mitbesitzer des von ihm heiß begehrten Luxusrestaurants “Dorsia” ist, scheint für Bateman erstmals eine Welt zusammenzubrechen:

“Patrick, are you okay?” Yes, my brain does explode and my stomach bursts open inwardly – a spastic, acidic, gastric reaction; stars and planets, whole galaxies made up entirely of little white chef hats, race over the film of my vision. I choke out another question. “Why Robert Hall?” (239)

Bethany besitzt etwas, was er nicht hat. Diese Information ebenso wie ihre Essenseinladung an ihn sowie die Tatsache, dass sie – wie Bateman – mit einer *platinum credit card* bezahlt sind ein klarer Affront an sein perfekt kreierte Ego-Image und seinen Yuppie-Status. Bereits einige Male während des Mittagessens hat Bateman neben dem nervösen Zittern mit diversen (situationskomischen) Fauxpas die Kontrolle über sich verloren; nach dieser Information jedoch erbricht er sich auf der Toilette. Da Batemans Existenz vom Konsum seiner Umwelt bestimmt ist, wird sein Erbrechen zur Metapher einer kurzfristigen Opposition gegen (s)ein hyperkonsumistisches Verhalten und damit gegen seine eigene Textexistenz. Seine Ohnmacht im Fall des “Dorsia” bedingt Bethanys Tod. Als er sich für sein langes Ausbleiben auf der Toilette mit einem dringend notwendig gewordenen Anwaltsgespräch “für einen Freund” entschuldigt, hat er – wie Zeitzeuginnen und Zeitzeugen aus den 1980ern sofort ahnen werden – Bethanys Todesurteil bereits gefällt:

“Just a friend of mine” I shrug. “Bobby Chambers. He’s in prison. Some friends of his, well, mainly *me*, are trying to remount his defense,” I say with another shrug, then, changing the subject, “Listen.” [...] “It’s late. I don’t want to go back to the office,” I say [...] “Why don’t you come up to my place?” (242)

Ellis spielt mit dieser Szene auf den Preppie-Mörder Robert Chambers Jr. an, der seine Begleiterin Jennifer Levin 1986 im Central Park brutal verletzt und getötet hatte. Da Bethany leicht betrunken ist, kann er ihren Widerstand gegen einen Abstecher in seine Wohnung brechen. Dort begeht Bethany ein weiteres No-Go für Bateman. Als sie Bateman kichernd darauf aufmerksam macht, dass er sein teures Onica-Bild falsch aufgehängt habe, spielt Bethany indirekt auf Batemans Kunstignoranz an. Auf die nachfolgende Frage, wie lange er denn das Bild bereits falsch aufgehängt habe, antwortet ihr Bateman kryptisch “A Millennium”. –Es ist einer der vielen apokalyptischen Hinweise, gleich wie die gezeichneten Weltuntergangsszenarien, die Ellis

immer wieder in Batemans Gedanken streuen sollte. "Perhaps on instinct, perhaps from memory, she makes a futile dash for the front door, crying out." (245) Was nun folgt, ist der akribisch beschriebene Mord an Bethany, die mit ausgestreckten Armen und an ein Holzbrett genagelten Handflächen, mit Tränengas besprüht und teilweise abgeissenen Fingern einem herzlosen, sadistischen Psychopathen ausgeliefert ist. "The fingers I haven't nailed I try to bite off [...] leaving the bone exposed, and then I Mace her, needlessly, once more." (246) Spätestens hier hat Ellis Brechreiz bei den Leserinnen und Lesern provoziert; jegliche vermeintliche Situationskomik ist dem puren Schrecken gewichen. Das "her" belegt sofort, dass Bateman sein Opfer als Objekt wahrnimmt, dass eine Dehumanisierung nicht nur auf sprachlicher Ebene stattfindet:

[...] then set up the Sony palm-size Handycam so I can film all of what follows. Once it's placed on its stand and running on automatic, with a pair of scissors I start to cut off her dress [...] (246)

Klarer könnte Ellis den Leserinnen und Lesern Batemans Serienmörderdasein und ihre eigene voyeuristische Gier nicht vor Augen führen: Die Kamera ist positioniert, das Objektiv auf das Opfer gerichtet und was folgt ist eine regelrechte Abschachtung. Es wird ein aufgezeichneter Mord. Es ist einer von vielen Morden, die Bateman sich auf Video ansehen kann. Es ist einer der vielen Morde, die ZuschauerInnen im Kino oder im Fernsehen oder auf Video willig und unreflektiert konsumieren. Die LeserInnen werden nicht durch ein sexuelles Vorspiel erregt, sondern spüren unvermittelt den Akt der Gewalt, durch die sich Bateman erstmals "stärker" als Bethany fühlt und sich mit jedem weiteren Akt der Verstümmelung immer stärker fühlen wird. Bethanys Mord wird für die Lesenden zum schmerzvollen Porträt einer Kreuzigung, welche nur allzu plastisch an die Kreuzigung Christi erinnert und die Frage provoziert, ob Ellis mit Bateman nicht etwa den apokalyptischen Antichristen gezeichnet hat? Zwischen Batemans sadistischen Aufforderungen, sie solle doch um Hilfe schreien, – Bethany ist halb bewusstlos –, schneidet er ihre Zunge heraus und bemerkt, während diese blutet, dass sie viel kleiner aussehe als im Mund. Es folgt eine (langatmige) Beschreibung der Zunge, die – völlig aus dem Kontext gerissen – Bateman für einen kurzen Augenblick fast menschliche Züge verleiht.<sup>1162</sup> Bethanys Alptraum hat noch kein Ende: "[...] her face pale to the point of blueness, keeps contracting, twitching with pain, her eyes, dull with horror, close, then open halfway, her life reduced to nightmare." (247) Im Todeskampf und zwischen Batemans Ejakulationen in ihrem Mund wird Bethany angeschrien und von ihm über ihre Fehler, unter anderem beim Nennen des falschen Designernamens für seinen Anzug, aufgeklärt. Bateman fühlt sich über Bethany erhaben und überlegen; beschreibt sich als "towering over her" (246) und als "scream[ing] triumphantly" (247). Bateman ist mächtig und Herr des Schicksals seiner Opfer. *Cut!* Aber nicht Schluss. Dem Mord folgt in "Thursday" eine Diskussion über die vielen verschiedenen Mineralwassermarken. *Cut!* Bateman studiert akribisch den "Zustand" von Bethanys körperlichen Überresten. *Cut!* Eine Abhandlung über "Whitney Houston" folgt. Das "Böse" ist banalisiert<sup>1163</sup> und die LeserInnen bleiben geschockt zurück.

Gefangen in Batemans mörderischem Zyklus, werden die LeserInnen nunmehr verzweifelt "Erlösung" suchen, für sich und ihren Erzählerprotagonisten, der sich, getrieben von seiner Mordlust, plötzlich – vielleicht auch stellvertretend für die LeserInnen – selbst die Frage stellt: "am I dreaming this?" (262) Der Autor scheint mit ihnen Erbarmen zu haben. Mit dem Kapitel "Dinner with Secretary" (256-66) baut Ellis

<sup>1162</sup> Vgl. Weissenberg, 316–17.

<sup>1163</sup> Vgl. in diesem Zusammenhang auch Hannah Arendts Ausführungen zur "Banalität des Bösen" in *Eichmann in Jerusalem* (München: Piper, 1986) mit Bret Easton Ellis beispielhafter Illustration, wie über die Gleichsetzung von unterschiedlichen Populärkulturtexten deren Inhalt neutralisiert wird, ihres Schreckens oder auch ihres subversiven, kritischen Potenzials im Zeitalter des Hyperkonsumismus beraubt wird.

eine romantische Szene ein, die den sadistischen Erzählerprotagonisten – klischeehaft – durch Jeans “echte” Liebe retten soll. Die Szene geht auf ihren ersten Höhepunkt zu: Als Jean Bateman indirekt ihre Liebe gestanden hat – auch sie glaubt (wie Bethany) Bateman zu kennen –, meint Bateman auf ihre Frage, ob er denn eine Freundin habe: “I just want to have a meaningful relationship with someone special’, and before she’s allowed to respond I ask her what she’s going to order.” (263) Jeans Hoffnungen werden herzlos übergangen. Bateman kann als Serienmörder auch keinen menschlichen Bezug zu seiner Umwelt haben und als “normale”, menschlich anmutende Erzählerfigur verstanden und “gerettet” werden. Das trichtert Ellis den Leserinnen und Lesern auch in einer zweiten Schlüsselszene vor Jeans Haus ein, als Bateman Jeans ungläubige Reaktionen auf sein undurchschaubares Verhalten erklärt: “It’s as if her mind is having a hard time communicating with her mouth, as if she is searching for a rational analysis of who I am, which is, of course, an impossibility: there . . . is . . . no . . . key.” (264) Der Schlüssel(satz) im Text: Batemans Textexistenz gründet sich ausschließlich auf der eines Konsumenten. Da Bateman als Konsument seine Wirklichkeit aus der amerikanischen Populärkultur bezieht, reagiert und handelt er ausschließlich nach den eingespeicherten Schemata. Deshalb werden ihm nur Produkte bzw. Texte aus der amerikanischen Populärkultur Sicherheit geben, weil er sie im Text reproduzieren kann. Diesen Umstand belegt auch die folgende Szene: Als es für Bateman eng wird – Jean wird ihn gleich küssen – muss er sich die Buchtitel, die Jean vielleicht zu Hause hat, vergegenwärtigen: “What kind of books does Jean read? Titles race through my mind: *How to Make a Man Fall in Love with You*, *How to Keep a Man in Love with You Forever*, *How to Close a Deal: Get Married* [Der letzte Titel ist ein parodistischer Kunstgriff des Autors, der damit auf die Vermarktung und Vergegenständlichung des Ehe-Glücks in den 1980er-Jahren anspielt.] *How to be Married One Year From Today*” (265). Der visuelle Konsum der Buchtitel dient ausschließlich Batemans Situationskontrolle. Jean ist jedoch schneller als erwartet:

And though it has been in no way a romantic evening, she embraces me and this time emanates a warmth I’m not familiar with. I am so used to imagining everything happening the way it occurs in movies, visualizing things falling somehow into the shape of events on a screen, that I almost hear the swelling of an orchestra, can almost hallucinate the camera panning low around us, fireworks busting in slow motion overhead, the seventy-millimeter image of her lips parting and the subsequent murmur of “I want you” in Dolby sound. But my embrace is frozen and I realize, at first distantly and then with greater clarity that the havoc raging inside me is gradually subsiding and she is kissing me on the mouth and this jars me back into some kind of reality and I lightly push her away. She glances up at me fearfully. “Listen, I’ve got to go,” I say, checking my Rolex. “I don’t want to miss . . . Stupid Pet Tricks.” (265)

Batemans Realitätswahrnehmung scheint an die eines Films, den er kontrollieren und steuern kann, gebunden zu sein: Ausschließlich mit den Liebesszenen aus x-beliebigen Filmen vertraut (diese allein kann er reproduzieren), flüchtet er vor einer realen Liebesszene mit Jean, die ihm mit einem Kuss einen “echten” menschlichen Austausch und damit die Konfrontation mit einer ihm unvertrauten Realität bietet.

Die LeserInnen werden nun – angetrieben vom realistisch anmutenden Text – weiter das menschlich Erklärbare in Bateman und einen Sinn in der Lektüre von *American Psycho* suchen. Sie werden – durch ihr ödipales Interesse motiviert – nach Aufklärung streben und rastlos weiterlesen. Aber es passiert nichts, was dem Beschriebenen “Sinn” zuweisen könnte. Ungeachtet dessen werden die LeserInnen (bzw. ZuseherInnen) durch den mörderischen Konsumfluss kontinuierlich aufgerieben. Ellis erreicht diese aufwühlende Spannung durch die Art und Weise, wie Bateman seinen Monolog an die Leserinnen und Leser bringt: Er schildert flach, *matter-of-fact* und unpersönlich die eigene zunehmende Brutalisierung; scheint sein

konsumorientiertes Leben zeitweise auch unter Drogeneinfluss wahrzunehmen. Dann wiederum gibt es Momente, in denen Bateman die nötige Distanz für eine sinnstiftende Narration zu besitzen scheint, aber auch da werden die LeserInnen wie Voyeurinnen und Voyeure längerfristig und immer wieder durch Batemans Aussagen und Aktionen frustriert:

Most of the summer I spent in a stupor, sitting either in my office or in new restaurants, in my apartment watching videotapes or in the backs of cabs, in nightclubs that just opened or in movie theaters, at the building in Hell's Kitchen or in new restaurants. There were four major air disasters this summer, the majority of them captured on videotape, almost as if these events had been planned, and repeated on television endlessly. The planes kept crashing in slow motion, followed by countless roaming shots of the wreckage and the same random views of the burned, bloody carnage, weeping rescue workers retrieving body parts. [...] Beggars and homeless seemed to have multiplied in August and the ranks of the unfortunate, weak and aged lined the streets everywhere. I found myself asking too many summer associates at too many dinners in flashy new restaurants before taking them to *Les Misérables* if anyone had seen *The Toolbox Murders* on HBO and silent tables would stare back at me, before I would cough politely and summon the waiter over for the check [...] and then I'd ask the summer associates, "No?" and assure them, "It was quite good." [...] Life remained a blank canvas, a cliché, a soap opera. I felt lethal, on the verge of frenzy. My nightly bloodlust overflowed into my days and I had to leave the city. My mask of sanity was a victim of impending slippage. This was the bone season for me and I needed a vacation. I needed to go to the Hamptons. (278–79)

Ellis' Hinweise auf die soziale Indifferenz und Apathie – von Bateman sprachlich transportiert – sind nun direkt auf die LeserInnen projiziert. Mit der absurden Forderung nach einem Urlaub schreit Bateman, der sich bis dahin als Serienmörder sprachlich noch nicht deklariert hatte, den Leserinnen und Lesern sein Psychopathentum geradezu ins Gesicht – und wirkt dabei situationskomisch. *American Psycho* ist des Autors Achterbahnfahrt mit seiner Leserschaft – genial inszeniert. Bateman ist der Protagonist, der sich als Yuppie-Serienmörder in den Filmtext einschreibt, und das Lesepublikum ist das "willige" Opfer seiner perversen Fantasien: Sinn und Zweck dieser Lesetortur sind damit indirekt schon längst belegt.

Den Rest des Sommers verbringen Bateman und Evelyn im Haus von Timothy Price in East Hampton. Das anfänglich romantische Zwischenspiel degeneriert bald und ohne Evelyns Wissen zu einem mörderischen Vorspiel für Evelyn: Bateman brät "jellyfish" (Qualle) in der Mikrowelle und verstaubt Evelyns ertränkten Chow-Chow in der Tiefkühltruhe. Dazwischen konfrontiert Bateman die LeserInnen ganz ungeniert mit (s)einer psychischen Verfassung, die durchaus einem wissenschaftlich fundierten Serienmörderprofil<sup>1164</sup> entspricht und Batemans ausschließliche Funktion im Roman/Text als symbolischer Konsument belegt:

Everything failed to subdue me. Soon everything seemed dull: another sunrise, the lives of heroes, falling in love, war, the discoveries people made about each other. The only thing that didn't bore me, obviously enough, was how much money Tim Price made, and yet in its obviousness it did. There wasn't a clear, identifiable emotion within me, except for greed and, possibly, total disgust. I had all the characteristics of a human being – flesh, blood, skin, hair – but my depersonalization was so intense, had gone so deep, that the normal ability to feel compassion had been eradicated, the victim of a slow, purposeful erasure. I was simple imitating reality, a rough resemblance of a human being, with only a dim corner of my mind functioning. Something horrible was happening and yet I couldn't figure out why – I couldn't put my finger on it. (282)

Und schon wieder hat Ellis die LeserInnen gepackt, die nun wissen wollen, was sie Schreckliches erwarten wird ...

<sup>1164</sup>

Siehe den Eintrag zum Thema SERIENMORD in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.

Batemans Lebensalltag wird von den bereits bekannten, wenig abwechslungsreichen Konsumritualen als Yuppie, aber auch als Serienmörder beherrscht. Batemans Konsumzyklus entspricht seinem Lebensrhythmus und bestimmt den Filmrhythmus von *American Psycho*, die Länge und Art der Szenen. Jeder Mord befriedigt und frustriert zugleich den Serienmörder Bateman, dessen Abhängigkeit vom mörderischen Hochgefühl ihn zum Gejagten seiner selbst macht. In immer kürzeren Zeitabständen wird daher die unmittelbare Befriedigung gesucht. Batemans mörderische Konsumzyklen werden immer kürzer (damit auch die Kapitel) und die LeserInnen sind fast pausenlos mit Batemans Mordgelüsten und orgiastischen Mordtaten konfrontiert. Ein kleines Detail am Rande: Bateman wird auch bei seinen Mordopfern Markenprodukte verwenden, die jedoch weniger ein Image transportieren, sondern zum Synonym für das jeweilige Produkt geworden sind (wie *Kleenex*-Taschentücher, eine *Hefty*-Tasche aus Plastik, ein BIC-Feuerzeug und *Mace*-Tränengas). Durch die Nennung dieser Massenprodukte veranschaulicht Ellis auch rein visuell die "Wertlosigkeit" und "Austauschbarkeit" der Opfer für seinen Serienmörderprotagonisten.

Es folgt ein pornografisches Zwischenspiel in "Girls" (282–91) mit einer "Freundin" namens Elizabeth und der vom "Fleischmarkt" mit nach Hause genommenen Prostituierten Christie, welche bereits einmal von Bateman malträtirt wurde und nur wegen der Höhe des gebotenen Geldes ein zweites Mal mitkommt. Die sprachlich visuelle Transkribierung eines Pornofilms und die darin implizierte Ritualisierung vermag das Lesepublikum durchaus in Erregung zu versetzen:

Elizabeth is making out with Christie, both of them naked on my bed, all the lights in the room burning, while I sit in the Louis Montoni chair by the side of the futon, watching them very closely, occasionally repositioning their bodies. Now I make Elizabeth lie on her back and hold both legs up, open, spreading them as wide as possible. (288)

Und in der Erregung seiner Opfer und jener der Leserinnen und Leser schwenkt Bateman – plötzlich und ohne Ankündigung – von einem sexuellen Akt zum anderen in eine sprachlich visualisierte Abschachtungszereemonie über. Damit werden die noch sexuell erregten LeserInnen von einem Moment auf den anderen auf ihren (sexistischen) Voyeurismus zurückgeworfen, was sich rein körperlich in Brechreiz am eben Konsumierten und Abscheu vor der eigenen "perverse" Konsumgier äußern kann oder auch nur könnte. Ellis bedient die Leserinnen und Leser von *American Psycho* mit allem, was die amerikanische Populärkultur an *sex, violence and murder* zu bieten hat.

Elizabeth, naked, running from the bedroom, blood already on her, is moving with difficulty and she screams out something garbled. My orgasm had been prolonged and its release was intense and my knees are weak. I'm naked too, shouting 'You bitch, you piece of bitch trash' at her and since most of the blood is coming from her feet, she slips, manages to get up, and I strike out at her with already wet butcher knife that I'm gripping in my right hand, clumsily, slashing her neck from behind, severing something, some veins. When I strike out a second time while she's trying to escape, heading for the door, blood shoots even into the living room, across the apartment, splattering against the tempered glass and the laminated oak panels in the kitchen. (289–90)

Der "relativ" schnelle Mord an Elizabeth wird – wie bei allen anderen Opfern – auch auf sprachlicher Ebene demonstriert: Spricht Bateman die beiden Frauen beim sexuellen Akt noch mit ihren Namen an, spricht er ihnen vom Moment ihrer körperlichen Zerstörung an mit einem objektiven "her" jegliche Individualität ab und stellt sich auch sprachlich sofort als Akteur in den Mittelpunkt des Geschehens. Nach der ermordeten

Elisabeth beschreibt Bateman die Tötung der bereits mit Elektrokabeln an ihren Brüsten gequälten Christie, wobei folgende Aussage – eben gerade mittels subjektiver, persönlicher Anrede – ihn für einen Augenblick fast menschlich wirken lässt: “For the first time I notice just how small and delicately structured Christie is, was” (209) Und sofort geht Bateman wieder zur Verstümmelung seines zweiten Opfers über, dessen Überreste zusammen mit denen seines ersten Opfers am nächsten Morgen nur mehr als Fetische zwischen Designerstücken erkennbar sind. Alle Körperteile sind nun – völlig aus dem Kontext ihrer Persönlichkeit gerissen – miteinander austauschbar. Batemans Morde sind zumeist Zufallsmorde, wobei seine Opfer meist keine Angehörigen haben und ihr Tod keine Trauer produziert; so wie in Filmen, wo das Töten ein Spektakel ist, dem die Zusehenden beiwohnen. Kurz darauf schlitzt Bateman im Kapitel “Killing Child at Zoo” (296–300) einem Kind im Central Park Zoo in der Nähe seiner Mutter die Kehle auf, gibt sich als “rettender” Arzt aus, lässt das Kind vor den Augen seiner Mutter verbluten und erklärt den Leserinnen und Lesern kaltblütig sein unmenschliches und verdinglichtes Weltbild:

Though I am satisfied at first by my actions, I’m suddenly jolted with a mournful despair at how useless, how extraordinarily painless, it is to take a child’s life. This thing before me, small and twisted and bloody, has no real history, no worthwhile past, nothing is really lost. It’s so much worse (and more pleasurable) taking the life of someone who has hit his or her prime, who has the beginnings of a full history, a spouse, a network of friends, a career, whose death will upset far more people whose capacity for grief is limitless than a child’s wound, perhaps ruin many more lives than just the meaningless, puny death of this boy. [...] I feel empty, hardly here at all [...] I buy a Dove Bar—a coconut one—and I imagine a hole, widening in the sun, and for some reason this breaks the tension [...] and I walked away, my hands soaked with blood, uncaught. (299–300)

Ellis hat die LeserInnen wiederum verwirrt: Batemans “Gedanken” klingen im ersten Moment vertraut und verkünden zugleich so Schreckliches. *Was die LeserInnen aber bis dahin noch nicht schwarz auf weiß geliefert bekamen, müssen sie doch längst erahnt haben?* Batemans Gedankenfolge ist an bekannte Nachruftexte angelehnt und wird mit dem Erzählerprotagonisten – einem Serienmörder – im Kontext verfremdet reproduziert. Bateman besitzt *keine* “individuelle” Sprache. In seiner Symbolfunktion als Konsument reproduziert Bateman “sprachlich” nur das, was er konsumiert: Seine Sprache ist von Anfang an reine Gebrauchssprache, mit welcher er, der Erzählerprotagonist, sich und seine Umwelt emotionslos im Konsumzyklus festhält bzw. szenisch einschreibt. Damit erklärt sich die oftmals geäußerte Kritik an *American Psycho* als banalen und damit in seiner literarischen Qualität umstrittenen Roman, der sich einer kitschigen und langweiligen Sprache (*Ist das Konsumieren nicht langweilig?*) bedient. Batemans Sprache ist die Sprache des Hyperkonsumismus und entspricht – auf einen Nenner gebracht – dem “Produkt” Erzähler<sup>1165</sup>. Sie ist flexibel, neu bzw. up to date und opportunistisch: Die Form passt sich dem Inhalt an und umgekehrt. Bei Modebeschreibungen bedient sich Bateman einer Modesprache, seine Musikrezensionen besitzen Musiktermini, die Diskussionen über Wall Street-Themen schöpfen aus dem Sprachfundus einer “effizienten” und “wettbewerbsorientierten” Wirtschaftsgestaltung, während ein oberflächliches Dahinplätschern des Redeflusses “Small Talk” vermittelt. Wenn in Batemans Darbietung schlussendlich nur mehr “ESOPs, LBOs, IPOs, [...], 8-Ks, 10-Qs, [...], PiKs, GNPs, the IMF, [...]” (342) (sprich Akronyme) überwiegen, nimmt Ellis auf sehr krasse Weise einen Trend im “postmodernen” amerikanischen Alltagsleben vorweg: Die Simplifizierung des ureigensten Mittels der Kommunikation – der Sprache – zwecks “effizienterer” Alltagsgestaltung. Ferner dienen Akronyme mehr denn je dazu, Zugehörigkeit (*insiderness* oder *hip snobbery*) auszudrücken, wodurch Sprache zusätzlich (in)direkt ausgrenzend wirken kann, da die

<sup>1165</sup> Siehe den Eintrag zum Thema SPRACHE in Teil IV dieser Dissertation, dem Lexikon der 1980er-Jahre.



Bedeutung der Akronyme vielfach nur mehr im Kontext entschlüsselt werden kann. Damit vermag Ellis radikal zu illustrieren, wie Sprache – ideologisch konstruiert – im Zeitalter des Hyperkonsumismus vom kapitalistischen Effizienzdenken vereinnahmt wird.

Bis dahin hat der Autor die LeserInnen (bzw. ZuseherInnen) mit vielen kleinen und großen Details nicht nur auf die Unzuverlässigkeit seines Erzählers, sondern auch immer wieder auf die Fiktion des Erzählten (und damit auch auf Batemans Gewalt) aufmerksam gemacht. Nun konfrontiert Ellis die “unsensiblen” LeserInnen direkt mit ihrer Rolle als Komplizinnen bzw. Komplizen im Text. Das Ritual in einem weiteren Kapitel mit dem Titel “Girls” (300–6) beginnt “vertraut” mit einem pornografisch inszenierten Zwischenspiel mit Torri und Tiffany, schwenkt plötzlich auf die Peinigung der Prostituierten, und da erklärt Bateman den Leserinnen und Lesern recht explizit, dass er nun ein *snuff movie* produzieren würde: “As usual, in an attempt to understand these girls I’m filming their deaths.” (304) Bateman nimmt seine Umwelt als Film wahr, wobei sein Erzählerstandpunkt die Kamera ist, die tötet, und die LeserInnen die Voyeurinnen und Voyeure sind. Mit dem Objektiv auf Torri gerichtet, ist Tiffany zu einer grausamen *starring position* verdammt: “I want her to watch what I’m going to do to Torri and she’s propped up in a way that makes this unavoidable.” (304) Die LeserInnen wiederum, und auch das wird hiermit mehr als offensichtlich, haben sich freiwillig als Konsumentinnen und Konsumenten von Batemans “Most Lethal Home Movie” im Text eingeschrieben. Diese Vergegenständlichung des Menschen durch den Voyeurismus der Massenmedien stellt Ellis nicht nur voyeuristisch dar, sondern er “entlarvt” auch die LeserInnen bei ihrem Voyeurismus durch die Filmkamera des Romanprotagonisten – und erinnert an den Haushüter in *Body Double*, der den grausamen Frauenmord per Fernglas verfolgt. Das unbewusste Wiedererkennen der verschiedenen Populärkulturtexte scheint jedoch den Rückzug aus diesem Horrorfilm schwerer denn je zu machen.

### ***Psycho***

“The game with the audience was fascination. I was directing the viewers. You might say, I was playing them, like an organ.” (Alfred Hitchcock) Bei der inhaltlichen und formalen Gestaltung seines (Horror-) Films hat sich Bret Easton Ellis klar an den Meister dieses Fachs – an Alfred Hitchcock – und an dessen Film *Psycho* angelehnt, in dem auf bis dahin unbekannte Art und Weise ein Serienmörder verewigt werden sollte. “[Psycho is] a sort of sado-masochistic roller-coaster ride whose pleasure lay in the refusal completely to reestablish equilibrium.”<sup>1166</sup> So stellt *Psycho* einen Wendepunkt in der Filmgeschichte Amerikas dar: Denn der Film lässt die ZuseherInnen zum ersten Mal “Horror” – eine besondere Mischung von erotisierter Begierde und Angst –, welche bis dahin im amerikanischen Film unbekannt war, empfinden.<sup>1167</sup> Und seine erstmals erprobte Formel von ‘sex and violence’ sollte daraufhin eine neue kinematische Tradition begründen.<sup>1168</sup> Mit einer aus *Psycho* entnommenen und in ein Gespräch zwischen Luis und Bateman eingebauten Szene spielt Ellis auch ganz konkret auf Hitchcock an:

“Hip,” I murmur, remembering last night, how I lost it completely in a stall at Nell’s-my mouth foaming, all I could think about were insects, lots of insects, and running at pigeons, foaming at the mouth and running

<sup>1166</sup> Linda Williams, “Sex and Sensation,” *The History of World Cinema*, Ed. Geoffrey Nowell-Smith (New York: Oxford UP, 1996) 491, 93.

<sup>1167</sup> Ebda., 493.

<sup>1168</sup> Ebda.

at pigeons. "Phoenix. Janet Leigh was from Phoenix. . . ." I stall, then continue. "She got stabbed in the shower. Disappointing scene." I pause. "Blood looked fake."

"Listen, Patrick," Luis says, pressing his handkerchief into my hand, my fingers clenched into a fist that relaxes at Luis's touch. "Dibble and I are having lunch next week at the Yale Club. Would you like to join us?"

(108)

Der plötzliche Mord an Marion Crane (gespielt von Janet Leigh) unter der Dusche im Zimmer eins des Bates-Motels durch Norman Bates wurde Mitte der 1990er-Jahre in Frankreich als "Kultszene"<sup>1169</sup> zur "berühmtesten Szene der gesamten Filmgeschichte gewählt."<sup>1170</sup> Mit der Erwähnung dieser berühmten Duschszene in *American Psycho* und ihrer Wiedererkennung durch die LeserInnen als Konsumentinnen und Konsumenten der amerikanischen Populärkultur vermag Ellis erneut die populärkulturelle Tradierung einer Gewaltideologie zu illustrieren: "Die künstlerische Darstellung von Voyeurismus und sexueller Ausbeutung wurde, in der Welt des Films, durch die direkte Aktion ersetzt, und der Mord an Marion Crane ist deshalb bewusst als stilisierte Vergewaltigung inszeniert."<sup>1171</sup> Hier findet sich übrigens auch eine Parallele zu *Body Double* und der Szene, in der die Frau mit einer Bohrmaschine durchbohrt wird. In beiden Filmen hatte zuvor in entscheidender Weise die Identifikation der Zuseherin bzw. des Zusehers mit dem Mörder und ihre bzw. seine Festschreibung als Komplizin bzw. Komplize des Geschehens – über die Kamera inszeniert – stattgefunden: So folgt einer Großaufnahme von Normans Auge in der berühmten Schlüssellochszene in *Psycho* beispielsweise ein harter Schnitt auf Marion beim Ausziehen, wodurch Hitchcocks Kamera-Auge und das Auge der Zuseherin bzw. des Zusehers eins werden. In *Psycho* (wie in *American Psycho*) sind die ZuseherInnen von Anfang an in eine *starring*-Rolle gedrängt: Hitchcock verstand es exemplarisch, den prinzipiellen Voyeurismus des Kinos zu nutzen und sein Filmpublikum damit fortlaufend zu "beunruhigen".<sup>1172</sup> Der Film wühlt die Zuseherinnen und Zuseher aber weniger ob der Art der Verbrechen auf (*was* die Zusehenden als mitwissende Voyeurinnen und Voyeure sehen), sondern vielmehr ob der spürbaren Konfrontation mit dem eigenen Voyeurismus. Das Anschauen von *Psycho* (wie auch das Lesen von *American Psycho*) provoziert bei den Zuseherinnen und Zusehern (bzw. den Leserinnen und Lesern) Schuldgefühle wegen ihres offenen Voyeurismus und der offensichtlichen Komplizenschaft bei den Verbrechen. Hitchcock streute in *Psycho* übrigens viele kleine "Geheimnisse" ein und fokussierte das Publikumsinteresse dadurch weniger auf die Verbrechen als auf die vergeblichen Versuche, deren Entdeckung zu vertuschen: So sei laut Hitchcocks Partner Ned Brown "Hitchcock von der Idee fasziniert gewesen, dass die Geschichte, die sich anfangs um Marions Dilemma [den Diebstahl von 40 000 US-Dollar] drehte, nach dem schrecklichen Mord [unter der Dusche] ganz anders weitergeht."<sup>1173</sup> Indem Hitchcock also eine mögliche Entdeckung von Cranes Diebstahl und später von Bates' Morden wiederholt filmisch vorwegnimmt und als Muster etablierte, sollte es ihm gelingen, einen subtilen Angstfaden in seinen Film zu spinnen.<sup>1174</sup> Damit vermochte Hitchcock die "Schuld" seiner handelnden Figuren auch auf das Publikum auszuweiten:

---

<sup>1169</sup> Vgl. Janet Leigh und Christopher Nickens, *Psycho* (München: Heyne Filmbibliothek, 1978) 12, wonach jeder Kamerawinkel, jede Nahaufnahme, jeder Schnitt, jede Note der kreischenden Violinen, die den Mord untermalen, in unzähligen späteren Filmen, Bühnenparodien, Situationskomödien und sogar Fernsehwerbespots imitiert und karikiert worden ist. (Vergleiche die hierzu erstellte Liste an Filmen in Leigh und Nickens, 194–95).

<sup>1170</sup> Ebda., 10–11.

<sup>1171</sup> Donald Spoto, *Alfred Hitchcock. Die dunkle Seite des Genies* (Hamburg: E. Kabel, 1984) 509.

<sup>1172</sup> Vgl. Geoffrey Nowell-Smith, *The History of World Cinema* (New York: Oxford UP, 1996) 259, 559, wonach Hitchcock diesen Effekt unter anderem mit dem Einsatz von Musik, welche die dramatische Handlung mittels sich nicht auflösender Dissonanzen in kaum tonalen harmonischen Kontexten von Bernard Herrmanns thematischer Partitur unterstützte, bewirkte.

<sup>1173</sup> Leigh und Nickens, 38.

<sup>1174</sup> Ebda.

We identify with Marion Crane (Janet Leigh) from the outset, and this identification is ‘the first step in our *complicity* in the theft of the \$ 40,000’. Once she is dead, Norman Bates (Anthony Perkins) takes her place for us. Again we do more than sympathize with him, for Hitchcock uses all the resources of identification technique to make us ‘become’ Norman. Of course, by film’s end, we learn that Norman, unlike most of us, is a psychopathic murderer. Still that new information does not remove our sense of complicity: ‘we have been led to accept Norman Bates as a potential extension of ourselves. That we all carry within us somewhere every human potentiality, for good or evil, so that we all share in a common guilt, maybe intellectually, a truism: the greatness of *Psycho* lies in its ability, not merely to tell us this, but to make us experience it.’<sup>1175</sup>

Ähnlich arbeitet auch Ellis mit den Mordanspielungen, die sich leitmotivisch durch den Text ziehen und “ungehört” bleiben: Es gibt einen (Serien-)Mord in *American Psycho*, der sich in kleinen Anspielungen durch den ganzen Text – von Anfang bis Ende – zieht. Es ist der Mord an Evelyns Nachbarin, Victoria Bell, bei dem die LeserInnen (bzw. ZuseherInnen) alleinige Komplizinnen und Komplizen von Bateman sind. Das zeigt sich beim Zusammenfügen der Details im Text zu einem Ganzen. Am Anfang von *American Psycho* sehen Price und Bateman eine Frau aus dem Nachbarhaus von Evelyn kommen, was sich als erstes Detail mit den nachfolgenden Szenen und Erwähnungen im weiteren Text zum Mord Patrick Batemans an Victoria Bell zusammenfügen wird: “He [Price] rings the bell. At the brownstone next to Evelyn’s a woman – high heels, great ass – leaves without locking her door” [...] (8). An anderer Stelle entpuppt sich die Frau, die während Batemans hysterischer Auseinandersetzung mit der Waschfrau in der chinesischen Reinigung auftaucht, als “Victoria”, eine Verehrerin von Bateman. Trotzdem Victoria die stark blutbefleckten Bettlaken in der Hand der aufgewühlten chinesischen Waschfrau sieht und Bateman das Blut zunächst mit Preiselbeersaft und dann, als er Victorias ungläubiges Gesicht sieht, mit Hershey’s Schokoladensyrup entschuldigt, will sie sich immer noch mit ihm treffen (und hat ihr Todesschicksal damit besiegelt?):

She’s older than me. Late twenties, okay-looking, a little overweight, wearing a jogging suit – from where, Bloomingdale’s? I have no idea – and she’s . . . *beaming*. Taking off her sunglasses she offers a wide smile. “Hi Patrick, I thought it was you.”

Having no idea what her name is I sigh a muted “Hello” then very quickly mumble something that resembles a woman’s name and then I just stare at her, [...]

“Listen, I’ve got to go.” I pretend to spot an oncoming cab across the street through the glass door, and faking gratitude, tell her, “Thank you, uh . . . Samantha.”

“It’s Victoria.”

“Oh right, Victoria.” I pause. “Didn’t I say that?”

“No. You said Samantha.” “Well, I’m sorry.” I smile. “I’m having problems.”

“Maybe we could have lunch one day next week?”

“Oh, I don’t know, Victoria.” I force an apologetic grin, avert my gaze from her thighs. “I’m at work all the time.”

“Well, what about, oh, you know, maybe a Saturday?” Victoria asks, afraid she’ll offend.

“Next Saturday?” I ask, checking my Rolex again.

“Yeah.” She shrugs timidly.

“Oh. Can’t, I’m afraid. Matinee of *Les Misérables*,” I lie. “Listen. I’ve really got to go. I’ll . . .” I run a hand over my hair and mutter “Oh Christ” before forcing myself to add, “I’ll call you.”

“Okay.” She smiles, relieved. “Do.” (83–85)

Nach dieser Begegnung von “Victoria” und Bateman müssen ein Treffen und der Mord an ihr stattgefunden haben, denn der enthauptete Körper von Victoria Bell wird wenig später gefunden:

<sup>1175</sup> Robin Wood, *Hitchcock’s Films* (South Brunswick: A. S. Barnes, 1977) 112.

Evelyn's staying at the Carlyle since the woman who lives in the brownstone next to hers was found murdered last time, decapitated, and this is why Evelyn's all shook up. [...] She demands that we have dinner tonight, and then says, before I can make up a plausible lie, an acceptable excuse, "Where *were* you last night, Patrick?" I pause. "Why? Where were *you*?" I ask [...] "Now tell me, Patrick, where *were* you?" [...] "I was . . . fooling around renting videotapes," I say, pleased, giving myself high-five, the cordless phone cradled in my neck. "I wanted to come over," she says in a whiny, little-girl tone. "I was scared. I still am. Can't you hear it in my voice?" [...]

"Well," I say, "you couldn't have come over anyway."

"Honey, why not?" she whines, and then addresses someone who just entered her suite. [...]

"Because your neighbor's head was in my freezer." I yawn, stretching. "Listen. Dinner? Where? Can you hear me?" [...] She smiles, downs her second glass. She seems in a much better mood, boisterous almost, more than you'd expect of someone whose neighbor's head was sliced off in a matter of seconds while she was still conscious by an electric mini-chain saw. (117–19)

Da Evelyn und Bateman aneinander vorbeireden bzw. das Geschehen sich vielleicht nur in seinen Gedanken abspielt, sind die LeserInnen die Einzigen, die den Mord an Victoria Bell sprichwörtlich "erfahren". Bateman holt Evelyn ab und bemerkt Tage nach dem Mord: "As I turn the corner and head for Evelyn's, I notice the police lines are *still* up around the brownstone where her neighbor Victoria Bell was decapitated." (181) Als Bateman an anderer Stelle von Detektiv Kimball zu einem Alibi für die Nacht von Paul Owens Verschwinden befragt wird, meint er zunächst "I had a date with a girl named Veronica. . . ." "I'm completely lying, totally making this up. [...] Then, lamely, "I guess I had dinner with Victoria the . . . following night." (273–75) Mit welcher Veronica oder Victoria will der Detektiv Kimball gar nicht mehr wissen; es reicht ihm das Wissen, dass Bateman beschäftigt war. Das geht sogar so weit(er), dass Bateman auf einer Halloweenparty "offiziell" als Massenmörder auftritt und durch das Maskenevent selbst als Serienmörder geschützt wird. Denn wer kann jetzt noch zwischen Realität und Fiktion unterscheiden: "[...] the suit was also covered with blood, some of it fake, most of it real. In one fist I clenched a hank of Victoria Bell's hair, and pinned next to my boutonniere (a small white rose) was a finger bone I'd boiled the flesh off." (330) Auch dieser Mord und sein Motiv werden ungeklärt bleiben und Patrick Bateman als Täter nicht überführt werden.

Auch in Hitchcocks *Psycho* wird das Publikum nie Einblick in die Person Norman Bates haben und erst am Ende des Films, als Bates in den Kleidern seiner Mutter und mit dem Messer in der Hand gefasst wird, das "Böse" erkennen. Dabei wird die – epilogisch eingefügte – wissenschaftliche Erklärung des Psychiaters bei den Zuschauerinnen und Zuschauern Erkenntnis bietend fast Mitleid für den Psychopathen Norman Bates provozieren. Mit der Einlieferung Norman Bates' in eine Irrenanstalt jedoch vermittelt *Psycho* explizit (anders als *American Psycho*), dass Wahnsinn zwar einen gesunden Verstand übermannen kann (der Psychiater erzählt dem Publikum lang und breit über Normans tödliche Verbundenheit mit seiner Mutter), dass das "Böse" letztendlich aber verurteilt wird. In der filmischen Darstellung des Psychopathen Bates, bei der die Grenzen zwischen Wahnsinn und gesundem Verstand verschwommen sind, zeigt sich eine weitere Parallele zu Ellis' Zeichnung von Patrick Bateman als Yuppie- und als Serienmörder-Protagonisten im Roman nach der Formel eines Horrorfilms: Denn wenn laut Filmkritiker Robin Wood die Formel eines Horrorfilms darauf gründet, dass Normalität von dem Monster bedroht werde, dann sei es Hitchcock gelungen, in *Psycho* ein so fein abgestuftes Bedeutungsfeld darzustellen, dass Normalität und das Monster nicht einmal mehr oberflächlich als Gegenteile wirken, sondern im Film als ein in ihren Grenzen

verschwommenes Kontinuum nebeneinander existieren.<sup>1176</sup> Wie in *American Psycho*. Der Epilog in *Psycho* schließt für die ZuschauerInnen aber mit einem optimistischen und befreienden Bild<sup>1177</sup> (anders als *American Psycho*, wo die LeserInnen mit dem offenen Ende des Romans allein gelassen werden): “The last image, of the car *withdrawing* from the dark depths of the bog, returns us to Marion, to ourselves, and to the idea of psychological liberty.”<sup>1178</sup>

Zurück zu *American Psycho*. Nach der brutalen Tötung von Torri und Tiffany und kannibalischen Ritualen – “one of the bodies, the one on the floor, has been defecated on and seems to be covered with teeth marks where I had bitten into it, savagely” (306) – erneuert Patrick Bateman die technische Ausstattung seines Apartments und führt im Kapitel “Another Night” (309–25) stundenlange (sprich seitenlange) banale Telefongespräche mit seinen Kollegen zwecks Restaurantbestellung. In der getrennten Telefonschaltung übers Schnurlostelefon zu viert (zwischen Bateman und seinem Männerkreis McDermott, Hamlin, Van Patten) und zu zweit (zwischen Bateman und seinen Dates Jeanette und Evelyn) werden Anrufe mittels Anrufbeantworter “gefälscht” bzw. sind im Personenwirrwarr aus dem Kontext gerissen, verschwimmen Stimmen und sind einzeln nicht mehr wahrnehmbar, werden Aussagen zu abstrakten Phrasen wie zu einem losen Geplätscher, das beruhigt.

I get back on the other line.

“Bateman, I know this sounds like an impossibility”, McDermott says. “But the void is actually widening.”

“I am not into Mexican”, Van Patten states.

“But wait, we’re not having Mexican, are we?” I say. “Am I confused? Aren’t we going to Zeus Bar?”

“No, moron”, McDermott spits. “We couldn’t get into Zeus Bar. Kaktus. Kaktus at nine.”

“But I don’t want Mexican”, Van Patten says.

“But you, Van Patten, made the reservation”, McDermott hollers.

“I don’t either,” I say suddenly. “Why Mexican?”

“It’s not *Mexican* Mexican”, McDermott says, exasperated. “It’s something called nouvelle Mexicana, tapas, or some other south of the border thing. Something like that. Hold on. My call waiting.” [...]

An hour later. We’re still debating. We have canceled the reservation at Kaktus and maybe someone has remade it. [...] Jeanette has left her apartment and cannot be reached at home and I have no idea which restaurant she’s going to, nor do I remember which one I told Evelyn to meet us at. [...] (320–22)

“Man/n” verabredet sich, reserviert und lässt wieder streichen, um im nächsten Moment wieder alles rückgängig zu machen und vergisst, wo man sich als Männercrew schlussendlich treffen wollte: Am Ende hat die Kommunikation zu viert, zu sechst das völlige Chaos und kein Treffen, wohl aber Entspannung nach den Morden bei den LeserInnen bewirkt. Mit diesem Textkapitel, einer Parodie auf die Hightech-Welt und einer Konferenzschaltung ohne “echte” Kommunikation, vermag Ellis das eben Erfahrene – Batemans Zerstückelung seiner Opfer, ihre individuelle physische Entmenschlichung – wieder auf eine allgemeine sprachliche Ebene zu transportieren und den Schrecken zu neutralisieren.

*American Psycho* befriedigt weiter oberflächlich die Konsumgier der LeserInnen nach Produkten, Orten und Klatsch der High Society und nach *sex and violence* im breiten Angebot einer hyperkonsumistischen Ära. Mit detaillierten Konsumbeschreibungen und immer brutaler wie gleichzeitig immer unrealistischer werdenden Gewaltdarstellungen füttert Ellis kontinuierlich den Voyeurismus der LeserInnen, bis dieser überläuft. Dann

<sup>1176</sup> Robin Wood, *Hollywood from Vietnam to Reagan* (New York: Columbia University Press, 1985) 150.

<sup>1177</sup> David Bordwell, *Making Meaning: inference and rhetoric in the interpretation of cinema* (Cambridge: Harvard University Press, 1989) 229.

<sup>1178</sup> Zitiert nach Robin Wood, *Hitchcock’s Films*, 113, in Bordwell, 229.

werden die LeserInnen mit der eigenen Geschmacklosigkeit konfrontiert und zusehends verärgert: Denn was Ellis mittels sprachlich visualisierten Films am Lesepublikum selbst immer wieder belegt, ist seine hyperkonsumistische Gier und zunehmende Apathie, wodurch es – wie Bateman – die geschilderte textliche Realität nicht mehr (so) krass empfinden wird:

I can already tell that it's going to be a characteristically useless, senseless death, but then I'm used to the horror. It seems distilled, even now it fails to upset or bother me. I'm not mourning, and to prove it to myself, after a minute or two of watching the rat move under her lower belly, making sure the girl is still conscious . . . (329)

Es ist die ausgehungerte, gierige Ratte im Kapitel "Girl" (326–29), die Bateman in die Vagina und die Gebärmutter der jungen, namenlosen Frau einführt und die zur grausamen Metapher für die in *American Psycho* porträtierte Konsumgier wird, die Leben tötet und die – wie der Voyeurismus seiner LeserInnen – unersättlich scheint und langsam "tötet".

Gemäß wissenschaftlichen Expertisen wird ein Serienmörder mit jedem Mord nachlässiger, so als ob er seiner Entdeckung entgegenfiebern würde. Auch Bateman macht nun aus seiner Herzlosigkeit kein Tabu mehr und tritt auf der Halloween-Party seines Arbeitgebers als Massenmörder mit "echten" Requisiten auf:

The office Halloween party was at the Royalton last week and I went as a mass murderer, complete with a sign painted on my back that read MASS MURDERER (which was decidedly lighter than the sandwich board I had constructed earlier that day that read DRILLER KILLER), and beneath those two words I had written in blood *Yep, that's me* and the suit was also covered with blood, some of it fake, most of it real. [...] As elaborate as my costume was, Craig McDermott still managed to win first place in the competition. He came as Ivan Boesky, which I thought was unfair since a lot of people thought I'd gone as Michael Milken last year. (330)

Trotz seines "authentischen" Outfits erhält Bateman nicht den 1. Preis für das gelungenste Halloween-Kostüm, sondern Craig McDermott, verkleidet als Wall Street-Gigant Ivan Boesky (obwohl Bateman bereits ein Jahr zuvor als Wall-Streeter Michael Milken verkleidet gewesen sein soll). Mit diesen beiden prominenten Figuren aus der realen Welt verbindet Ellis konkret die Unmenschlichkeit und fehlende Ethik eines Serienmörders mit der Skrupellosigkeit und implizierten sozialen Indifferenz der Yuppies an der Wall Street, verkörpert in den Insiderhandel-Skandalen von Ivan Boesky und Michael Milken seit Mitte/Ende der 1980er-Jahre.

Bei einem Mittagessen in "At Another New Restaurant" (330–43) beendet Bateman seine oberflächliche Beziehung mit Evelyn (nach eigener Angabe ohne sie anschließend umzubringen). Er macht Schluss, als Evelyn eine feste Bindung verlangt und weil er – im Gegensatz zu ihr – in einer Ehe den Verlust seiner "Freiheit" sowie ihre gestiegenen Besitzansprüche in Form von "Gier" fürchtet. Diese Szene findet ihre tragikomische Verkörperung im inszenierten Abschiedsgeschenk: Es ist ein schokoladeüberzogener Urinstein, den Bateman als Geschenk in eine leere Godiva-Schachtel verpackt hat und als Nachtsch servieren lässt; es ist seine Revanche dafür, dass er sie mehr als einmal drei Stunden ertragen musste. Evelyn genießt die Riesenpraline ob ihres exzellenten Produktimages mit schmerzverzerrtem Gesicht und nach Luft schnappend "it's just . . . so minty." (337) Obwohl Evelyn Bateman an dieser Stelle erstmals ein psychopathisches und unmenschliches Verhalten ihr gegenüber an den Kopf wirft, kann sie dieses schlussendlich doch nicht von seinem "oberflächlichen" *good boy*-Image trennen und zieht sich einfach nur beleidigt aus der Szene (und aus Batemans Leben) zurück.

Die einzelnen und im Allgemeinen eher kurzen Kapitel in *American Psycho* folgen keiner erzählenden Logik, sondern bieten einen schnappschussartigen Einblick in Batemans (Konsumenten-)Alltag: Auch wenn ein “morning” einem “afternoon” folgt, belegt ein intensives Lesen der Populärkulturreferenzen, dass es sich *nicht* um denselben Tag, vielleicht *nicht* einmal um dasselbe Jahr handelt. Das verleiht dem Text die eigentümliche Zeitlosigkeit eines Konsumzykluses, der von monotonen Konsumritualen weitergetrieben wird und in sich zugleich beständig bleibt. Die Kapitel von *American Psycho* hängen wie lose Lebensskizzen des Erzählerprotagonisten aneinander, deren Namen immer wieder an Arbeitstitel einer billigen Slasher-Filmproduktion oder an Aufzeichnungen in einem Filofax erinnern. Das Kapitel “Tries to Cook and Eat Girl” (343–46) verweist jedoch erstmals klar auf eine Außenautorität in Batemans Film und damit auf den wahren Regisseur von *American Psycho*:

[...] footage from the film in my head is endless shots of stone and any language heard is utterly foreign, the sound flickering away over new images: blood pouring from automated tellers, women giving births through their assholes, embryos frozen or scrambled (which is it?), nuclear warheads, billions of dollars, the total destruction of the world, someone gets beaten up, someone else dies, sometimes bloodlessly, more often mostly by rifle shot, assassinations, comas, life played out as a sitcom, a blank canvas that reconfigures itself into a soap opera. It's an isolation ward that serves only to expose my one severely impaired capacity to feel. I am at its center, out of season, and no one ever asks me for any identification. (343)

Der Film in Batemans Kopf reproduziert fragmentierte, surrealistisch anmutende Gewaltbilder, die an die reale Sensationsgier von Tages-Talkshows, melodramatischen Soap-Operas, Spätnachrichten oder an fürs Fernsehen produzierte Filme erinnern. Das für Bateman “neue” Bild, die Vorstellung von Geldautomaten, aus denen Blut strömt (343) – der Besuch des Bankomats ist ein fixes Ritual und gibt Bateman Sicherheit<sup>1179</sup> – wird für die LeserInnen nun zur klaren Metapher für die Verbindung von Gewalt und Wohlstand in einer hyperkonsumistischen Welt. Batemans Filmmonolog funktioniert dabei ausschließlich als Projektionsfläche seiner Gefühllosigkeit, die er in seiner Hauptrolle als Yuppie-Serienmörder zum Ausdruck bringt. Diesem aufschlussreichen Bekenntnis folgt ein Szenario, das Ellis mit dem Titel “Tries to Cook and Eat Girl” bereits vorweggenommen hat. Bateman hat ein weiteres Opfer getötet, welches er in der folgenden Szene schluchzend und mit den Worten “I just want to be loved” zu kochen versuchen wird:

I spend the next fifteen minutes beside myself, pulling out a rope of intestine, most of it still connected to the body, and shoving it into my mouth, choking on it, and it feels moist in my mouth and it's filled with some kind of paste which smells bad. After an hour of digging, I detach her spinal cord and decide to Federal Express the thing without cleaning it, wrapped in tissue, under a different name, to Leona Helmsly. I want to drink this girl's blood as if it were champagne and I plunge my face deep into what's left of her stomach, scratching my chomping jaw on a broken rib. The huge new television set is on in one of the rooms, first blaring out *The Patty Winters Show*, whose topic today is Human Dairies, then a game show, *Wheel of Fortune*, and the applause coming from the studio audience sounds like static each time a new letter is turned. I'm loosening the tie I'm still wearing with a blood-soaked hand, breathing in deeply. This is my reality. Everything outside of this is like some movie I once saw. (344–45)

Inmitten dieses kannibalischen “Festmahls” stellt Bateman für die LeserInnen endlich, aber nichtsdestoweniger unerwartet das schon lange angekündigte Schreckliche fest: “This is my reality. Everything outside of this is like some movie I once saw.” (345) Mit dem “this” verweist Bateman auf seine Existenz als Serienmörder, dessen Realitätswahrnehmung eigenen Wahrnehmungsgesetzen folgt. Bateman

---

<sup>1179</sup> Vgl. AP 81, 128, 250, 297, 323, 346.

reproduziert seine Realität aus der amerikanischen Populärkultur: Batemans 'real touchstones' sind nicht die Morde, sondern die Darstellung von Mord und Gewalt, wie er sie aus den (konsumierten) Slasher-Filmen, die er sich ausleiht, oder eben aus der alltäglich gezeichneten sozialen Indifferenz seiner Gesellschaftsschicht kennt. Mit dem Hinweis auf die bekannte New Yorker Hotelbesitzerin und verurteilte Steuerhinterzieherin Leona Helmsly wird Batemans gewalttätige Skrupellosigkeit kontextualisiert und Ellis' Zeitkritik weiter offensichtlich.

Was Ellis mit seinem Erzählerprotagonisten in *American Psycho* zu radikalisieren vermag, ist die "Desensibilisierung" einer Gesellschaft, die mit dem Hyperkonsumismus einhergegangen ist. Mittels Serienmörderfigur hebt Ellis die Grenzen zwischen Realität und Fantasie auf, begibt sich in eine Grauzone, um uneingeschränkt die Amoralität der filmisch porträtierten Gesellschaft hervorzukehren. Patrick Bateman ist Ellis' rhetorische Figur, die in der symbolischen Kombination Yuppie-Serienmörder die alltägliche Gewalt illustriert und kontextualisiert. Bateman reproduziert in seinem Lebensalltag all das, was Politik, Wirtschaft und Medien an Gewalt produzieren, legitimieren und tradieren (wie brutale Mainstream-Filme im Hauptabendprogramm, die Trivialisierung persönlicher Anliegen in den verschiedenen Medienprodukten, die Wall Street, die von Profitgier regiert wird, die Yuppiewelt, die zur Werbeprojektionsfläche für Konsumgüter wurde und eine Politik, welche nur die Interessen der Mächtigen vertritt). *American Psycho* schockiert durch Patrick Bateman, der in seiner Verkörperung als ultimativer Konsument all diese Texte reproduziert und damit Zeugnis von der Desensibilisierung des Menschen (durch Gewalt, Perversionen, Serienmördertum als totales Extrem) gibt. Bei der Auswahl seines Erzählerprotagonisten als Serienmörderfigur hat sich Ellis wiederum der Vorbilder aus der Gewalt tradierenden, durchaus subversiven Populärkultur – wie Comics – bedient und *American Psycho* damit in einen politischen Kontext verpackt. Der Amerikanist Arno Heller hat darauf hingewiesen, dass "neuere sozial- und rezeptionspsychologische Untersuchungen"<sup>1180</sup> über die Popularität der Comics gezeigt haben, "dass diese in einem noch stärkeren Ausmaß als etwa der Film nicht die Personifizierung, sondern die Normifizierung menschlicher Handlungsweisen in ihrer Darstellung anstreben."<sup>1181</sup> So sei eines der Wesensmerkmale von Comics

die serielle Wiederholung von stereotypen Handlungsabläufen, etwa in der Herbeiführung gewisser Droh-, Abwehr- und Angriffsakte [...] Sie entwickeln kaum je psychologische oder gesellschaftliche Motive für das Handeln ihrer Superhelden, sondern beschränken sich bewusst auf die Auslösung von mechanischen Abläufen nach dem Schema Reiz – Erregung – Abfuhr von Erregung. Dabei werden bevorzugt jene Affekte gestaltet, die in der herrschenden kulturellen Sozialisation unterdrückt werden, etwa der ganze Bereich nicht ausgelebter, verdrängter Aggressivität. In diesem Sinn können Comics als zu Bildern gewordene Tagträume interpretiert werden, in denen sich infantile Allmachts- und Gewaltwünsche in einem phantastischen Freiraum jenseits sozialer Realität konkretisieren.<sup>1182</sup>

## **Batman**

Mit *Batman: The Dark Knight Returns*<sup>1183</sup> schuf der Comic-Zeichner Frank Miller 1986 eine Neuinterpretation des Comic-Helden, welche sofort Kultstatus erlangte. Miller, der in der Comic-Szene stets an die Grenzen des Erlaubten ging, sollte mit dieser Neuinterpretation bei der Überlieferung und Umsetzung

<sup>1180</sup> Arno Heller, *Gewaltphantasien: Untersuchungen zu einem Phänomen des amerikanischen Gegenwartsromans*, Buchreihe zu den Arbeiten aus Anglistik/Amerikanistik (Tübingen: Gunther Narr Verlag, 1990) 29 ff.

<sup>1181</sup> Ebda.

<sup>1182</sup> Ebda.

<sup>1183</sup> Frank Miller, *Batman: The Dark Knight Returns* (London: Titan Books, 1986)



von Comic-Helden völlig neue Maßstäbe setzen.<sup>1184</sup> So verstand er es, auf der Grundlage einer erstmaligen ideologischen Infragestellung des in "Batman" verkörperten Heldenbegriffes, den Mythos und die Legende formal und inhaltlich zeitgemäß zu adaptieren und Batman, Bob Kanes berühmte Comic-Figur, ins neue Millennium zu übersetzen: Miller entmystifizierte Batman, indem er die mittlerweile zum Superhelden avancierte Comic-Figur in ihrer Widersprüchlichkeit zeigte.<sup>1185</sup> So porträtierte Frank Miller die Figur des Bruce Wayne zum einen als einen um das Wohl seiner MitbürgerInnen besorgten, gealterten "do-gooder"-Millionär und zum anderen als einen von Rachedgedanken besessenen, als *The Batman* maskierten Psychopathen, der von den Medien im Comic-Streifen als "a near-fascist" und "dangerous fanatic" dargestellt wird.<sup>1186</sup> Damit vermochte Miller eine geniale, *camp*-artige Reagan-Parodie zu liefern. Mit dem neuen Batman-Helden findet sich eine interessante inhaltliche Parallele zur Bateman-Darstellung in *American Psycho*: Als Frank Miller seine Comic-Figur Batman mit den Worten einleitet "Vowing upon his parent's death to rid the city of the criminal element, the Batman has over the years, fought crime in its many macabre forms..." weist er auf ein Gut-Böse-Gerechtigkeitsdenken im abgebildeten Comic-Amerika hin, was auch Patrick Bateman in seiner Widersprüchlichkeit innehat. Bateman sieht sich als Rächer des Bösen, und zwar gemäß Reagans ideologischer Interpretation, wonach Diskriminierung und Armut selbstverschuldet seien. Als puritanischer Verfechter von Moral eliminiert Bateman das "Unmoralische": Batemans Opfer, ausgesucht mit psychopathischer Willkür, repräsentieren die sozialen Gruppen, die in den 1980er-Jahren rassistisch, sexistisch und sozial diskriminiert wurden, legitimiert von der Reaganschen Gesellschafts-, Sozial- und Wirtschaftspolitik; es sind Frauen, Kinder, Minderheiten (speziell die afroamerikanische Bevölkerung), Obdachlose, eingewanderte Personen und Homosexuelle. Bateman quält und tötet aber auch Haustiere. Von den 399 Seiten sind "nur" 10 Seiten mörderischen Ereignissen gewidmet.<sup>1187</sup> Auf den restlichen Seiten jedoch werden über den Erzählerprotagonisten und dessen Umfeld direkt und indirekt der tagtägliche Sexismus, Rassismus, Antisemitismus und die Homophobie in der amerikanischen Gesellschaft porträtiert; vor allem aber die soziale Verantwortungslosigkeit der 1980er-Jahre. Batemans Heldenbegriff orientiert sich an dem, was er konsumiert. Es sind dies die widersprüchlichen Helden, die den Zeitgeist der Reagan-Ära verkörpern: Bateman hat ein Poster von Oliver North in seinem Apartment hängen und leiht sich *Rambo*-Videos aus. Das heißt, er konsumiert per Knopfdruck *Rambo* als Opfer des Vietnamkriegs, ignoriert zugleich jedoch die Vietnam-Veteranen auf den Straßen New Yorks. Auch im Kapitel "Taking an UZI to the Gym" (346) parodiert Ellis mit seinem "Helden" Patrick Bateman die unter Präsident Reagan stattgefundenene (mediale) Glorifizierung der Vietnamveteranen in den 1980er-Jahren:

On a moonless night, in the starkness of the locker room at Xclusive, after working out for two hours, I'm feeling good. [...] I stare into the darkness of the locker, tempted. The rape and subsequent murder last night of an NYU student behind the Gristede's on University Place, near her dorm, however inappropriate the timing, no matter how uncharacteristic the lapse, was highly satisfying and though I'm unprepared by my change of heart, I'm in a reflective mood and I place the gun, which is a symbol of order to me, back in the locker, to be used at another time. (346)

<sup>1184</sup> Der Kritiker Alan Moore in seiner vierseitigen Einführung "The Mark of Batman" in *Batman: The Dark Knight Returns* von Frank Miller.

<sup>1185</sup> Ebda., o. S.

<sup>1186</sup> Ebda., o. S.

<sup>1187</sup> Vgl. *American Psycho* 205, 245–47, 289–91, 303–5, 326–29, 344 f. Bret Easton Ellis selbst spricht im PBS-Interview "A Conversation About 'American Psycho'" mit Charlie Rose am 13. April 2000 von insgesamt 4 ganzen Buchseiten von insgesamt 399 Romanseiten, wenn alle Gewaltszenen zusammengefasst wären.

Die Passage stellt zum Teil die visuelle Übersetzung des Traumas eines jungen Vietnamveteranen in Martin Scorseses Film *Taxi Driver*<sup>1188</sup> dar. Zusammen mit dem in *American Psycho* eingebauten Kapitel "Taxi Driver" (389–94), in dem Bateman – der als Yuppie den neuen Heldentypus der 1980er-Jahre verkörpert – von einem ausländischen Taxifahrer als Mörder seines Kollegen Solly erkannt (!) und von diesem daraufhin all seiner Statussymbole beraubt wird und sich in dieser Szene "naked" und "tiny" fühlt, illustriert Ellis den Wandel der Zeit und darin die Klischeehaftigkeit einer Heldenidentität.

Auch bei der inneren Verwandlung seines Erzählerprotagonisten in einen Serienmörder lehnt sich Ellis an *Batman* und an andere, amerikanische Populärkulturtexte an. Auf der Suche nach einem Mordopfer nimmt Bateman animalische Züge an, die auch an einen Werwolf erinnern. Bereits am Anfang des Textes und kurz vor Timothy Prices ominösem Verschwinden im Nachtlokal "Tunnel" findet sich eine ähnliche Beschreibung, die nun im erwiesenen Serienmörderkontext einen ganz anderen Stellenwert erhält: "Price and I walk down Hanover Street in the darkest moments of twilight and as if guided by radar move silently toward Harry's. Timothy hasn't said anything since we left P & P [...] though he does manage a grim wolf whistle toward a woman [...]" (30) Diese Textpassage könnte das Einssein der beiden Figuren Price und Bateman belegen oder aber die individuelle Perversion Batemans auf die Gesellschaft und auf einen "weiteren" Serienmörder, auf Price, ausdehnen. Zurück zum "Werwolf" Bateman, der – von außen betrachtet – als Yuppie durch die Straßen New Yorks auf der Suche nach neuen Opfern streunt:

[...] I almost stumble over a beggar lying on the street, sprawled in the doorway of an abandoned restaurant [...] and she's black and out-of-her-mind crazy, repeating the words 'Money please help mister money please help mister' like some kind of Buddhist chant [...] But it strikes me that she's too easy a target to be truly satisfying, so I tell her to go to hell and turn up the Walkman [...] At Columbus Circle, a juggler wearing a trench cloak and top hat, who calls himself Stretch Man, performs in front of a small, uninterested crowd; though I smell prey, and he seems fully worthy of my wrath, I move on in search of a less dorky target. Though if he'd been a mime, odds are he'd already be dead. (162–63)

Was die hyperkonsumistischen LeserInnen in dieser Passage jedoch nicht wahrnehmen werden, ist die eigene Komplizenschaft bei der Auswahl eines neuen Opfers: Bateman bezieht die LeserInnen mit seinen Anmerkungen einfach in seine Suche ein.

[...] but I'm still longing for something deeper, something undefined to do beforehand, and I start to stalk the dark, cold streets off Central Park West and I catch sight of my face reflected in the tinted windows of a limousine that's parked in front of Café des Artistes and my mouth is moving involuntarily, my tongue wetter than usual, and my eyes are blinking uncontrollably of their own accord. In the streetlamp's glare, my shadow is vividly cast on the wet pavement and I can see my gloved hands moving, alternately clutching themselves into fists, fingers stretching, wriggling, and I have to stop in the middle of Sixty-seventh Street to calm myself down [...] Coming slowly up the street is an old queer wearing a cashmere turtleneck, a paisley wool ascot and a felt hat, walking a brown and white sharpei, its bunched-up face sniffing low to the ground. (163–64)

---

<sup>1188</sup> Regie: Martin Scorsese, 1976. Buch: Paul Schrader. Schraders Drehbuch basierte auf Albert Camus' Roman *L'etranger* (1942), den er für *Taxi Driver* zeitgemäß anpasste, und zwar durch die Figur des stark vom Vietnamkrieg geprägten Veteranen und früheren Marinesoldaten, Travis Bickle, der – nach New York zurückgekehrt – dort als Taxifahrer arbeitet. Bickle leidet an Schlaflosigkeit und streift mit seinem Taxi durch die Straßen New Yorks. Dabei sieht er den zunehmenden Verfall der Stadt und will etwas dagegen unternehmen, aber auch seiner Einsamkeit entkommen. Er trainiert seinen Körper, kauft sich Waffen, baut sich (s)eine Identität auf, mit der er für Recht und Ordnung sorgen will. Nach einem geplanten politischen Attentat rettet Bickle in einem spektakulären Blutausch die 12-jährige Prostituierte Iris (Jodie Foster) aus den Fängen ihres Zuhälters und wird als Held gefeiert. Der Film ist dem Komponisten Bernard Herrmann gewidmet, der für die Filme von Alfred Hitchcock und Brian de Palma die Musik schrieb, womit sich der Kreis für die im Roman zitierten Filme schließt.

Homophobie und Neid auf das Statussymbol – ein braun-weißer Shar-Pei – provozieren beim “Yuppie” Bateman mörderische Verachtung und beim “Serienmörder” Bateman Hoffnung auf Erlösung zugleich. Der zufällige Mord und plötzliche Tod des schwulen, lispelnden Herrchens und seines Shar-Peis namens Richard im Kapitel “Killing Dog” (161–66) scheinen für Patrick Bateman dann auch geradezu befreiend zu wirken, was seine metaphorische Verwandlung in “Batman”, in die legendäre Fledermaus mit Werwolfgeheil<sup>1189</sup> im Anschluss an den Mord illustriert:

I’m down the street and out of darkness and like in a movie I appear in from of the D’Agostino’s, [...] and then I’ve opened my umbrella and I’m running down Broadway, then up Broadway, then down again, screaming like a banshee, my coat open, flying out behind me like some kind of cape. (166)

Kurz danach malträtiert Bateman zwei junge Prostituierte mit Streichhölzern und einer angerauchten Zigarre “from the Gotham Bar and Grill” (169), was wiederum Assoziationen an die fiktive Comic-Bezeichnung von New York als *Gotham City* und ihren Helden Batman weckt. Und diese Assoziationen werden auch vom Autor direkt bestätigt. Auf den 399 Seiten wird Bateman zweimal als “Batman” angesprochen (kein Druckfehler!). Eine “alte” Bekannte erkennt Bateman im “Nell’s” und spricht sofort sein zweites Ich in der Vergangenheit an:

“Daisy! And Patrick, you *devil!* Francesca screeches. “Daisy, what in god’s name are you doing with a *stud* like Batman?” She overtakes the booth. [...] “Where’s Nell?” [...] “How is my face? Bateman, *Ben and Jerry* are *here*. Don’t sit there like an idiot. Oh god I’m kidding. I adore Patrick, but come on, Batman, look lively, you *stud*, *Ben and Jerry* are *here*.” (206–7)

Dieser Textpassage war bereits auf vielen Seiten zuvor der scherzhaft gebrauchte, seit dem *Batman*-Revival gängige laufende Witz eines Kollegen – “Yeah. Same Bat Time, same Bat Channel” (39) – vorausgegangen.

“This is my reality. Everything outside of this is like some movie I once saw.” So als wollte Ellis die Aussage Patrick Batemans demonstrieren, baut der Autor ins letzte Drittel des Romans eine Verfolgungsjagd ein, die zur Parodie des italienischen Thrillers *Copkiller* (1983) wird.<sup>1190</sup> Vor allem aber stellt das Kapitel mit dem mehrdeutigen Namen “Chase, Manhattan” (347–52) den letzten großen Höhepunkt des beschriebenen Horrortrips dar, in dem Bateman absurderweise vom Serienmörder zum Massenmörder mutiert (ein sexuell motivierter Serienmörder kann vom psychologischen Profil ausgehend nie gleichzeitig auch ein Massenmörder sein) und dabei den Leserinnen und Lesern die Fiktion des Erzählten regelrecht vor Augen führt. Ausgangspunkt: Bateman erschießt ob seines indifferenten Umfeldes mit (kalkulierter oder unkalkulierter) Nachlässigkeit einen Straßenmusikanten auf offener Straße und wird prompt von einer Polizeistreife verfolgt “over a loudspeaker a cop shouts uselessly, ‘halt stop halt put down your weapon’” (348). Batemans Flucht führt quer durch TriBeCa “[...] next to the corner of Duane Street, [...] a left on Broadway, heading down toward City Hall Park, ducking into an alleyway, [...] out onto Church Street, where I flag down a cab, [...] a collision with another cab on Franklin—is it? –and Greenwich, [...] . . . running toward Wall Street, still in Tribeca.” (348–50) Dazwischen hat Bateman einen iranischen Taxifahrer und mehrere Polizisten erschossen: “[...] they just start shooting and he returns their gunfire from his belly, getting a

<sup>1189</sup> In der einleitenden Erklärung von Alan Moore in *Batman: The Dark Knight Returns* sieht die Neudarstellung der Fledermaus folgendermaßen aus: “The familiar Batman origin sequence with the tiny bat fluttering in through an open window to inspire a musing Bruce Wayne becomes something far more religious and apocalyptic under Miller’s handling; the bat itself transformed into a gigantic and ominous chimera straight out of the darkest European fables.”

<sup>1190</sup> Vgl. den italienischen Thriller *Copkiller* von Regisseur Roberto Faenza (Italien, 1983. Drehbuch: Ennio de Concini, Roberto Faenza, Hugh Fleetwood. Produktion: Coop Jean Vigo, 107 min.), wo ein Serienmörder die Polizei jagt und ein korrupter Polizist zum Mörder in einem Psychodrama wird.

glimpse of both cops behind the open doors of the squad car.” (350) Und plötzlich hat ein markanter Perspektivenwechsel stattgefunden, der die Surrealität des Dargestellten im Höchstmaß unterstreicht. Als Bateman den Verlust seiner Kontrolle feststellt “racing blindly down Greenwich I lose control entirely” (349), greift der Autor demonstrativ ein und übernimmt sozusagen die Kontrolle über seinen Hauptdarsteller. Aus der Distanz schildert Ellis Batemans Verfolgung und macht den Erzählerprotagonisten zum Gejagten seiner selbst. Das beschriebene Szenario erinnert stark an Frank Millers *Batman*-Comic und sein apokalyptisches *Gotham City*-Bild<sup>1191</sup>, aber auch an die einleitende Taxifahrt durch New York, dessen apokalyptischer Verfall sich wie ein Leitmotiv durch den Roman zieht. Mit dem von Kriminalität und Gewalt zerrissenen Stadtbild von New York City hilft Ellis seinen Leserinnen und Lesern jedoch, Bateman nicht als individuelle Anomalie, sondern als logische Ausdehnung kapitalistischer Strukturen bzw. als Ergebnis eines gentrifizierten Stadtlebens zu sehen:

[...] he’s also intoxicated by the whirlwind of confusion, by the city itself, the rain falling from an ice-cold sky but still warm enough in the city, on the ground, for fog to drift through the passageways the skyscrapers create in Battery Park, in Wall Street, wherever, most of them a kaleidoscopic blur, [...]. (350)

Batemans Verfolgung gibt Aufschluss über die Stadtentwicklung New Yorks in den 1980er-Jahren: Sie führt den Gejagten durch das ihm fremde, luxussanierte TriBeCa in das vertraute Finanzzentrum der Stadt, worin sich die Menge der aneinandergereihten Wolkenkratzer in einem “kaleidoscopic blur” vermischt und sich Bateman infolge der gleich aussehenden Bürogebäude verliert:

and now he [Bateman]’s jumping over an embankment, *somersaulting* over it, then he’s running like crazy, running full tilt, his brain locked into the physical exertion of utter, sheer panic, helter-skelter, now he thinks a car is following him down a deserted highway, now he feels the night accepts him, from somewhere else a shot is heard but doesn’t really register because Patrick’s mind is out of sync, forgetting his destination, until like a mirage his office building, where Pierce & Pierce is located, comes into view, the lights in it going off, floor by floor, as if darkness is rising through it, running another hundred yards, two hundred yards, ducking into the stairs, below, where? his senses blocked for the first time with fear and bewilderment, and dumbstruck with confusion he rushes into the lobby [...] . . . where he notices the huge Julian Schnabel in the lobby and he realizes *wrong fucking building* and he whirls around [...] (350–51)

Nachdem Bateman den Wachmann und den die Szene verfolgenden “schwarzen” Hausmeister erschossen hat, flüchtet er in das Gebäude gegenüber, das er durch das Julian-Schnabel-Bild in der Eingangshalle als “sein” Gebäude mit “seinem” Wachmann Gus erkennt. Von da an ist Bateman als Yuppie in der Anonymität seines Bürogebäudes vor den Spezialtruppen der Polizei sicher; ein Perspektivenwechsel zeigt auch Batemans Kontrolle wieder an: “Safe in the anonymity of my new office [...] I decide to make public what has been, until now, my private dementia.” (352) Während Bateman auf dem Anrufbeantworter von Harold Carnes dreißig, vierzig, hundert Morde gesteht, sucht ein Riesenaufgebot an Spezialeinheiten der Polizei mit Hubschraubern erfolglos die Gegend nach dem verfolgten Massenmörder ab: “and the sun, a planet on fire, gradually rises over Manhattan, another sunrise and soon the night turns into day so fast it’s like some kind of optical illusion . . .” (352) *Cut*. “Huey Lewis and the News” spielen ...

<sup>1191</sup> In der Neuinterpretation des Comics durch Frank Miller findet sich New York beschrieben als “Gotham City, a place which during the comic stories of the forties and fifties seemed to be an extended urban playground stuffed with giant typewriters and other gargantuan props, becomes something much grimmer in Miller’s hands. A dark and unfriendly city in decay, populated by rabid and sociopathic streetgangs, it comes to resemble more closely the urban masses which may very well exist in our own uncomfortably near future”. Der Name *Gotham* für New York City geht auf Washington Irving’s *Salmagundi Papers* (1807) zurück.

Die Verfolgungsjagd stellt mit Batemans Massenmörderaktion den karikierenden Höhepunkt von Batemans Psychopathendasein im Text dar und kündigt zugleich einen weiteren Wendepunkt im Textgeschehen an. Bateman wird zum Gejagten seiner selbst, der (durch Entdeckung?) Erlösung aus seiner Textexistenz sucht. Das Gejagtsein wird auch immer wieder durch Batemans Sprache vermittelt, die kapitelweise<sup>1192</sup> nur mehr aus abgehackten Phrasen besteht, die ein Gefühl der Panik, Verzweiflung und Beschleunigung transportieren. Er – “I” – steht im Mittelpunkt, allein und von sich selbst entfremdet. Ein “Kauf- und Konsumerlebnis” kann solche Untiefen, Abgründe menschlicher Existenz, nicht mehr “überbrücken”; und auch das porträtierte soziale Umfeld wird einer Erlösung Batemans gleichgültig gegenüberstehen: 161 Tage nach dem Tod der zwei Prostituierten in Owens Apartment kehrt Bateman in das teure Apartment zurück, um dieses als begehrtes Verkaufsobjekt vorzufinden:

There has been no word of bodies discovered in any of the city's four newspapers or on the local news; no hints of even a rumor floating around. I've gone so far as to ask people—dates, business acquaintances—over dinners, in the halls of Pierce & Pierce, if anyone has heard about two mutilated prostitutes found in Paul Owen's apartment. But like in some movie, no one has heard anything, has any idea of what I'm talking about. There are other things to worry over: the shocking amount of laxative and speed that the cocaine in Manhattan is now being cut with, Asia in the 1990s, the virtual impossibility of landing an eight o'clock reservation at PR, the new Tony McManus restaurant on Liberty Island, crack. So what I'm assuming is that, essentially, like, no bodies have been found. For all I know, Kimball has moved to London too. (366–67)

Beim Betreten des Wohnungsgebäudes bemerkt Bateman, dass der Ort “anders” aussieht, als er ihn in Erinnerung hat, dass es einen neuen Liftjungen gibt und seine, das heißt Owens, Schlüssel nicht mehr in die Türschlösser passen. Ein Yuppie-Paar und die Immobilienmaklerin Mrs. Wolfe – “the nose is large, distressingly *real-looking*” – befinden sich in Owens Apartment, das – trotz hinterlassenem Schreckensszenario mit “torrents of blood and gore” (368) und menschlicher Überreste Monate zuvor – keinerlei Mordspuren aufweist, sondern von Rosenbouquets überfüllt ist. Als Bateman mehrmals nach dem Eigentümer Paul Owen fragt, stellt Mrs. Wolfe Bateman eine Fangfrage: Ob er die (nie geschaltete) Anzeige in der *Times* gesehen habe, was dieser bejaht. Daraufhin fordert ihn die Maklerin mit den Worten “Don't make any trouble” (369) unmissverständlich auf, zu verschwinden und nicht mehr wiederzukommen. Ist der Wert der Wohnung wichtiger als die Aufdeckung des Mordes und die Gefangennahme des Mörders? “All frontiers, if there had ever been any, seem suddenly detachable and have been removed, a feeling that others are creating my fate will not leave me for the rest of the day. This . . . is . . . not . . . a . . . game.” (370) Wer spielt hier mit wem? Ellis mit Bateman und/oder den Leserinnen und Lesern? Ein intensives Lesen dieser Szene belegt jedoch, dass es sich gar nicht um Owens Wohnung handeln kann: Die detaillierte Beschreibung von Owens Wohnung in “Girls” und nun im Kapitel “The Best City for Business” (366–70) stimmt nicht überein. Aber das ist nur ein kleines Detail am Rande; die Botschaft an die LeserInnen längst erreicht.

*American Psycho*, Ellis' Filmtext über einen Yuppie-Serienmörder im Amerika der 1980er-Jahre, erzählt – und das ist entscheidend für ein Textverständnis – aus der Wahrnehmungsperspektive eines Serienmörders. Als Monolog eines Serienmörders folgt *American Psycho* einer eigenen Wahrnehmungslogik, der auch die LeserInnen des Textes – der von Ellis *wie ein Film* umgesetzt wurde – unterworfen sind: Batemans Zeitgefühl ist ausschließlich an die Gegenwart gebunden und in seiner Abfolge alles andere als kohärent. Mit dem Verschwimmen der Grenzen zwischen Realität, Fiktion und perverser Fantasie in Batemans Monologen ist

<sup>1192</sup> Vgl. die Kapitel “A Glimpse of a Thursday Afternoon” (*AP* 148–52), “Shopping” (*AP* 176–80), “Chase, Manhattan” (*AP* 347–52).

auch der Hauptdarsteller als erzählende Autorität unzuverlässig; dies wird parallel mit dem exzessiven Alkohol-, Drogen- und Medikamentenkonsum des Erzählerprotagonisten verstärkt. Durch die absolute Subjektivität und die fehlende “Reflexivität und Geschichtlichkeit”<sup>1193</sup> des Erzählers in seiner Rolle als Yuppie und Serienmörder gelingt es Ellis jedoch, eine fast surreal anmutende, hermetische Erzählerwelt zu zeichnen. Diese vermittelt nach Larry McCaffery<sup>1194</sup> wiederum ein frappierendes, postmodernes Weltgefühl, welches mit dem Informationsüberfluss in einer Medienlandschaft (“the desert of the real”), der daraus resultierenden “deconstruction of desire/identity and personality” und damit zunehmenden Emotionslosigkeit eine breite und willkommene Substitutionsfläche für oberflächliche Identifikationsmöglichkeiten und mit dem Verschwimmen der Grenzen zwischen Realität und Illusion eine Zusammenfassung des gegenwärtigen Lebens bietet.<sup>1195</sup> Dieses postmoderne Weltgefühl ist vergleichbar mit der fragmentierten, isolierten Situation einer “Hyper”-Konsumentin bzw. eines “Hyper”-Konsumenten, die bzw. der weder Vergangenheit noch Zukunft kennt und in ihrem bzw. seinem Tun allein dem Konsumzyklus ausgesetzt ist. Im Kapitel “End of the 80s” (371–80) fügt Ellis, nachdem Batemans Textexistenz als Konsument längst festgemacht ist, ganz ungeniert Texte ein, die – philosophisch angehaucht – das postmoderne Weltgefühl durch eine postmodern gezeichnete Landschaft verstärken und ob der besonderen Textbeschaffenheit (als Populärkulturtext) durchaus ein direkter Kommentar des Autors sein können:

[...] where there was nature and earth, life and water, I [Bateman?!] saw a desert landscape that was unending, resembling some sort of crater, so devoid of reason and light and spirit that the mind could not grasp it on any sort of conscious level and if you came close the mind would reel backward, unable to take it in. It was a vision so clear and real and vital to me that in its purity it was almost abstract. This was how I lived my life, what I constructed my movement around, how I dealt with the tangible. This was the geography around which my reality revolved: it did not occur to me, *ever*, that people were good or that a man was capable of change or that the world could be a better place through one’s taking pleasure in a feeling or a look or a gesture, of receiving another person’s love or kindness. Nothing was affirmative, the term “generosity of spirit” applied to nothing, was a cliché, was some kind of bad joke. Sex is mathematics. Individuality no longer an issue. What does intelligence signify? Define reason. Desire – meaningless. Intellect is not a cure. Justice is dead. Fear, recrimination, innocence, sympathy, guilt, waste, failure, grief, were things, emotions, that no one really felt anymore. Reflection is useless, the world is senseless. Evil is its only permanence. God is not alive. Love cannot be trusted. Surface, surface, surface was all that anyone found meaning in . . . this was civilization as I saw it, colossal and jagged . . . (374–75)

Diese Textpassage, die auf die ausschließliche Oberflächenkonsistenz einer hyperkonsumistischen Gesellschaft anspielt, fügt sich beim Treffen Batemans zum Brunch mit seiner Sekretärin Jean im fiktiven Café *Nowheres* ein. Sie wird die Leserinnen und Leser, die bis dahin bereits 250 Seiten lang dem völligen Wahnsinn Batemans ausgesetzt waren, wegen der “seriös” anmutenden Zeitkritik erneut verunsichern. Jean hat sich seit ihrem ersten Auftreten im Text – zwei Jahre zuvor – verändert, was sich in ihrem äußeren Erscheinungsbild zeigt: Sie trägt Kleidung, die Bateman wiedererkennt, hat einen durchtrainierten Körper und trinkt bzw. konsumiert figurbewusst, was Bateman zur wohlwollenden Aussage “Jean is looking good” bewegt. Außerdem finden sich keine “korrigierenden” Anmerkungen von Jean im Text wieder, sondern im

---

<sup>1193</sup> Steuer, 160.

<sup>1194</sup> Im Oktober 1997 habe ich im Rahmen eines Forschungsaufenthaltes hierzu einen Vortrag von Larry McCaffery über Avant-Pop-Literatur und über das Kapitel “End of 1980s” aus *American Psycho* an der San Diego State University, Kalifornien (USA) besucht und daraus zitierend zusammengefasst.

<sup>1195</sup> Ebda.

Gegenteil zeigt sich Jean Bateman nun völlig ergeben, was der Autor für die LeserInnen sogar mit einem kleinen Kunstgriff sichtbar macht:

“Patrick, seriously. I’ll do whatever you want,” she says. “If you don’t want to go to dinner, we won’t. [...] I mean—”

“It’s okay,” I stress. Something snaps. “You shouldn’t fawn over him. ...” I pause before correcting myself. “I mean ... me. Okay?”

“I just want to know what you want to do,” she says. (372)

Als Jean Bateman – in dieser sich sehr langsam entwickelnden Szene – ergeben ihre Liebe gesteht, weist sie dieser panisch und ebenso kaltblütig mit den Worten “I love someone else” zurück, meint jedoch weiter – sodass Jeans Hoffnung und die der LeserInnen noch nicht ganz zerstört werden –, er verbringe ja immerhin Zeit mit ihr, was doch (s)ein Interesse an ihr bestätige. “As if this film had speeded up [...]” – Als ob dieser “Film” nun im Zeitraffer ablaufen würde (ein auktorialer Hinweis auf die Romanbeschaffenheit?) – will Bateman zur eigenen Selbstfindung und -bestätigung von Jean nun wissen, *warum* sie ihn mag. Jeans Erklärung ist für ein Textverständnis deswegen bedeutend, weil sie den LeserInnen und Lesern – nicht nur Bateman selbst – erstmals direkt das positive Image des Yuppie-Protagonisten (und Serienmörders) in seinem Umfeld liefert; ein Image, das später auch Harold Carnes indirekt bestätigen wird: Laut Jean kümmere sich Bateman um andere Menschen, was in einer so hedonistischen Zeit selten wäre, er sei süß und damit sexy, geheimnisvoll, aufmerksam und sie glaube, als scheuer Mann sei er auch romantisch. Batemans charakterliche Beschreibung entspricht eigentlich Jeans Charakter, was eine egozentrische Selbstprojektion ihrerseits auf Bateman bedeuten würde. Auch Jean, die Bateman als Sekretärin und Organisatorin seines Yuppie-Lebens besonders nahesteht, übersetzt und erklärt Batemans abnormes Verhalten oberflächlich mit seinem Yuppie-Image; eine Beziehung mit Bateman würde Jean den sozialen Aufstieg und eine Ehe mit ihm die gesellschaftliche Anerkennung im Yuppie-Kreis bieten. Batemans mehrmaliger Hinweis, dass die äußere Erscheinung trügen kann – “appearances *can be* deceiving” (376) – und die Grenzen zwischen Schein (was man/frau sieht) und Realität (was man/frau nicht sieht) verschwimmen können, wird von Jean (stellvertretend für die hyperkonsumistischen LeserInnen?) naiv und vehement bestritten. Da versinkt Bateman im Gespräch (!) mit Jean immer wieder in Gedanken, welche sich im fortlaufenden Text zu einer klaren Ansage des Autors (!) an die LeserInnen von *American Psycho* verdichten:

. . . there is an idea of a Patrick Bateman, some kind of abstraction but there is no real me, only an entity, something illusory, and though I can hide my cold gaze and you can shake my hand and feel flesh gripping yours and maybe you can even sense our lifestyles are probably comparable: *I simply am not there*. [...] Myself is fabricated, an aberration. I am a noncontingent human being. My personality is sketchy and unformed, my heartlessness goes deep and is persistent. [...] Yet I am blameless. Each model of human behavior must be assumed to have some validity. Is evil something you are? Or is it something you do? My pain is constant and sharp and I do not hope for a better world for anyone. In fact I want my pain to be inflicted on others. I want no one to escape. But even after admitting this – and I have, countless times, in just about every act I’ve committed – and coming face-to-face with these truths, there is no catharsis. I gain no deeper knowledge about myself, no new understanding can be extracted from my telling. There has been no reason for me to tell you any of this. This confession has meant *nothing* . . . (376–77)

Hier klärt Ellis die LeserInnen über seinen Erzählerprotagonisten Bateman auf, macht klar, was diese längst ahnen, aber – wie Jean – nicht wahrhaben wollen: dass Bateman gar nicht existiere, sondern grundsätzlich sein Instrument sei. Auf zwei Seiten führt Ellis das Image des Yuppies und die mörderische Präzision eines Serienmörders zusammen, wirft den LeserInnen und Lesern ihre Komplizenschaft vor, impliziert

Selbstverantwortung: Hin- und hergerissen zwischen möglicher Distanz und Identifikation haben sich diese, die LeserInnen, wegen ihres voyeuristischen Konsumzwangs unmerklich die Bürde des (Mit-)Wissens aufgeladen.

. . . a flood of reality. I get an odd feeling that this is a crucial moment in my life and I'm startled by the suddenness of what I guess passes for an epiphany [...] I feel I'm moving toward as well as away from something, and anything is possible. (376–80)

Bateman spielt weiter mit Jeans Erwartungshaltung und Ellis mit der der LeserInnen, prüft Jeans Austauschbarkeit über ihre Einstellung zu Statussymbolen in einem Frage-Antwortspiel, um ihr und den Lesenden letztendlich ein "frustriertes", uneindeutiges (auktoriales?) "okay" am Ende des Kapitels zuzugestehen: "It's really weird and I'm experiencing a spontaneous kind of internal sensation, I feel I'm moving toward as well as away from something, and anything is possible." (380)

Batemans Konsumalltag ist ab da von zusehends nihilistischeren Zwischentönen geprägt, so als ob ihm seine Existenz selbst unerträglich würde: Der Erzählerprotagonist trinkt seinen eigenen Urin, zieht Seidenfäden durch die Zähne, bis sein Zahnfleisch blutet, schläft unter seinem Bett und streicht die Tage, die er schon (wo? im Text oder im Büro?) "verbra(u)cht" hat, in seinem Bürokalendar aus. Seit "Chase, Manhattan" hat es keine detaillierte Mordbeschreibung mehr gegeben und seit der apokalyptischen Szene mit Jean verlieren sich die Mordanspielungen im Text. Nur ein einziges Mal – vor "Filmende" – werden die LeserInnen nochmals explizit mit Batemans Sadismus konfrontiert: Bateman lässt seine Freundin Jeanette gegen ihren Wunsch von seinem Chauffeur in eine Abtreibungsklinik bringen (laut Bateman ist es die fünfte Abtreibung und die dritte, die nicht er selbst vorgenommen hat). Danach beauftragt er diesen beim renommierten Spielzeuggeschäft F.A.O. Schwarz anzuhalten, Kinderspielzeug einzukaufen und Jeanette abzuholen, um sie gemäß Batemans Leitsatz: "This is no time for the innocent" (382) sicher "aus dem Land" und in eine bessere Zukunft zu bringen. Dieser Leitsatz dürfte auch an die LeserInnen gerichtet sein, die ob des unmerklich stattfindenden Wechsels von Filmdiskurs und -rhythmus für Bateman unterschwellig wieder Sympathie zu empfinden beginnen. Batemans Versuche, entdeckt oder in seinen Hinweisen ernst genommen zu werden, scheinen einfach aussichtslos. Die längst schon aufgeriebenen LeserInnen werden für Bateman weiter (mit)empfinden. Als dann noch Price unerwartet und scheinbar völlig verändert aus dem Nichts in Batemans Büro auftaucht, ist das Chaos bei den Leserinnen und Lesern komplett. Auf Batemans Frage, *wo* er denn gewesen sei, meint Price "Oh, just making the rounds." (384) Auf Batemans Frage, *wie* es denn gewesen sei, meint er "It was . . . surprising [...] it was . . . depressing." (384) Nach einem völlig belanglosen Austausch der letzten Neuigkeiten verschwindet Price, Bateman auf die Schultern klopfend, mit den Worten: "You're a mad man, Bateman. An animal. A total animal." (384) Wie kann Price diese – für die LeserInnen nur allzu leicht nachvollziehbare – Aussage treffen? Wo war er? Gibt es nicht nur einen Psychopathen oder hat gar jeder Yuppie eine solche Seite? Spricht Price stellvertretend für den Autor und die Erfahrung der Leserinnen und Leser? Eine Antwort darauf wird sich ob der mangelnden Informationen im Text nie finden lassen, was aber letztendlich nicht wichtig ist. Die individuelle Gewaltdarstellung des Yuppies Bateman ist mit diesem Porträt der New Yorker Wirtschaftselite längst generalisiert worden. Vielmehr hat Ellis mit Prices Auftauchen kurz vor Romanende den filmstrategisch wichtigen Übergang vom Serienmörder zum Yuppie eingeleitet und zugleich die Komplizenschaft der LeserInnen beim Wissen um Bateman angedeutet: Von nun an werden diese – stark abgestumpft – in Bateman nur mehr den Yuppie sehen.



Gleichwohl werden die LeserInnen nun, wo der Text sichtbar seinem Ende zugeht, endlich eine Erklärung für das krasse Gesellschaftsportrait erwarten und ein Ende erhoffen, das ihr aufgewühltes Weltbild wieder ins Lot bringt; und sie sich – unausgesprochen – ihrer Komplizenschaft entschulden können. Eine solche Chance scheint sich für die Leserinnen und Leser – durch eine sich anbahnende Überführung Batemans als Serienmörder – kurz vor Schluss noch einmal aufzutun. Aber auch diese Hoffnung weiß der Autor grundsätzlich zu frustrieren: Bateman trifft in einem Lokal zufällig auf Harold Carnes, auf dessen Anrufbeantworter er seine Morde gestanden hatte, und spricht ihn darauf an: “Jesus, Davis. Yes, that was hilarious. That *was* you, was it?” Carnes erkennt Bateman nicht, verwechselt ihn mit Davis; zudem glaubt er nicht, dass “Patrick Bateman” imstande sei, Paul Owen und die zwei Prostituierten getötet zu haben:

“Davis,” he sighs, as if patiently trying to explain something to a child, “I am not one to bad-mouth anyone, your joke *was* amusing. But come on, man, you had one fatal flaw: Bateman’s is such a bloody ass-kisser, such a brown-nosing goody-goody, that I couldn’t fully appreciate it. Otherwise it was amusing. Now let’s have lunch [...] A real raver.” [...]

“What are you *talking* about? Bateman is *what*?”

“Oh good god, man. Why else would Evelyn Richards dump him? You know really. He could barely pick up an escort girl, let alone . . . what was it you said he did to her?” [...] “Oh yes, ‘chop her up.’” [...] “Now if you’ll excuse me, I must really.” (387–88)

Was mit dieser Passage schlagartig klar wird, ist Batemans Image und Wahrnehmung in der porträtierten Yuppiewelt. Carnes’ Urteil stellt das radikale Resümee des von Bateman projizierten Images in seiner textlichen Umwelt dar. Als solches entspricht es klar den projizierten Außenperspektiven auf Bateman, die von Anfang an in den Dialogen Batemans mit seinem Umfeld im Text vermittelt wurden und mittels intensivem Lesen durchaus erfassbar waren. Carnes’ Feststellung erzürnt Bateman, der Carnes nun mit allen Mitteln von seiner Schuld zu überzeugen versucht: “You don’t seem to understand. [...] *I* killed him. *I* did it, Carnes. *I* chopped Owen’s fucking head off. *I* tortured dozens of girls. That whole message I left on your machine was *true*.” (388) Wie soll Bateman – der nicht als “Bateman” erkannt wird, sondern als “Davis” und später als “Donaldson” verwechselt wird, – in einer hyperkonsumistischen, oberflächlichen Gesellschaft jemals als “Serienmörder” erkannt werden? Wie kann Bateman als inzwischen vielfach belegter, unzuverlässiger Erzählerprotagonist die Grenzen zwischen Realität und Fiktion ziehen? Carnes’ abschließende Erklärung, warum er Batemans Geständnis nicht glauben will “Because . . . I had . . . dinner . . . with Paul Owen . . . twice . . . in London . . . *just ten days ago*” (388) belegt nicht nur ein letztes Mal die völlige Austauschbarkeit der Yuppies in ihrer Welt und Batemans “Unzurechnungsfähigkeit” im Text, sondern karikiert zugleich die unkritische Haltung der Leserinnen und Leser dem Text gegenüber.

Dass es sich bei Bateman um keinen realen Serienmörder und bei *American Psycho* wohl kaum um einen *true-crime* Roman handelt, müssten jetzt auch alle hyperkonsumistischen LeserInnen verstanden haben. Haben diese Morde also gar nicht stattgefunden? Eine Antwort darauf ist im Grunde nicht wesentlich, denn die Leserinnen und Leser haben die Morde ja schon längst sprachlich-visuell “konsumiert”. Vielmehr hat sich ihnen das bestätigt, was sie unterschwellig immer schon vermutet haben: Batemans Gewalttaten können – als innerer Monolog – von seinem textlichen Umfeld gar nicht wahrgenommen und damit von den Figuren – *im Text* – gar nicht verurteilt werden. Als Monolog eines Serienmörders wird *American Psycho* so enden, wie der Text/Film begonnen hat: Mitten im Geschehen und mit Bateman in seiner Selbstdarstellung als politisch korrekter, harmlos wirkender Yuppie in seinem bekannten, sozial indifferenten Umfeld “At Harry’s”. Einzig eine Person scheint nach dieser 399 Seiten andauernden, grausamen Achterbahnfahrt durch

die 1980er verändert, geradezu „geläutert“ zu sein. Es ist Timothy Price, der die (in)direkt auktoriale Anklage an die hyperkonsumistische, oberflächliche Gesellschaft der 1980er-Jahre inmitten längst bekanntem Yuppie-Smalltalk und flimmernden Fernsichtbildern zur Amtseinführung des neuen Präsidenten George Bush Senior und zu einer aufgezeichneten Rede des Ex-Präsidenten Ronald Reagan stellt. Price ist fasziniert und verblüfft zugleich über das Auseinanderklaffen von Image und Realität, von Reagans proklamiertem „Nichtwissen“ in der Iran-Contra-Affäre und seinem tatsächlichen Verhalten:

“How can he lie like that? How can he pull that *shit*?” [...] “I don’t believe it. He looks . . . *normal*. He seems so . . . out of it. So . . . *undangerous*.” [...]

“He is totally harmless, you geek. *Was* totally harmless. Just like *you* are totally harmless. But he *did* do all that shit and you have failed to get us into 150, so, you know, what can I say?” McDermott shrugs.

“I just don’t get how someone, *anyone*, can appear that way yet be involved in such total shit,” Price says, ignoring Craig, averting his eyes from Farrell. [...]

“Because Nancy was right behind him?” Farrell guesses, looking up from the Quotrek. “Because Nancy did it?”

“How can you be so fucking, I don’t know *cool* about it?” Price, to whom something really eerie has obviously happened, sounds genuinely perplexed. Rumor has it that he was in rehab.

“Some guys are just born cool, I guess.” Farrell smiles, shrugging.

I’m laughing at this answer since Farrell is so *obviously* uncool, and Price shoots me a reprimanding look, says, “And Bateman—what are *you* so fucking zany about?”

I shrug too. “I’m just a happy camper.” And I add, remembering, *quoting*, my brother: “Rocking and rolling.”

“*Be* all that you can *be*,” someone adds.

“Oh brother.” Price won’t let it die. “Look,” he starts, trying for a rational appraisal of the situation. “He presents himself as a harmless old codger. But inside . . .” He stops. My interest picks up, flickering briefly.

“But inside . . .” Price can’t finish the sentence, can’t add the last two words he needs: *doesn’t matter*. I’m both disappointed and relieved for him. [...]

“yup yup yup yup yup yup . . .” (397–98)

“But inside ...” Price führt den Satz nicht zu Ende; die Kluft zwischen Image und Realität scheint nicht nur in der Politik zu groß zu sein. Die Andeutung impliziert jedoch, *wer* in den 1980er-Jahren “inside” ein echter Psychopath und *wer* seine Mittäterin war: Die soziale Klasse, der auch Bateman angehört und für die er stellvertretend – den Roman hindurch – mit Aussagen wie “Most importantly we have to promote general social concern and less materialism in young people” (16) aufhorchen ließ, gleichzeitig offenes Interesse für Nazis hegt (156), Kokain schnupfend bezeugt, dass er gegen Drogen und *für* die Familie sei, obwohl er seine Freundinnen zur Abtreibung zwingt (157), einen Obdachlosen, “an ugly, homeless bum”, als Teil einer genetischen Unterklasse, “member of the genetic underclass” (266) bezeichnet und ein Fan von Oliver North ist (339); und auch Sympathie für die republikanische Partei hegt: Bateman nimmt an einer Parteispendenaktion für Dan Quayle (327) und an einer Party der *Young Republicans* auf der Trump Plaza (336) teil.<sup>1196</sup> Ellis hat mit Patrick Bateman einen Yuppie-Vertreter der Jungen Republikaner und einen Serienmörder, der stellvertretend tötet, was Verachtung bei den Yuppies und deren Neid provoziert, gezeichnet und beide in der Person des ultimativen Konsumenten zusammengeführt. “Yup, yup, yup, . . .” vielleicht haben sich die LeserInnen am Ende durch die gewaltige Leseerfahrung doch verändert?

I think it’s me who says, “I have to return some videotapes.”

Someone has already taken out a Minolta cellular phone and called for a car, and then, when I’m not really listening, watching instead someone who looks remarkably like Marcus Halberstam paying a check, someone

---

<sup>1196</sup> Vgl. Murphet, 54 f.

asks, simply, not in a relation to anything, “Why?” and though I’m pretty proud that I have cold blood<sup>1197</sup> and that I can keep my nerve and do what I’m supposed to do, I catch something, then realize it: *Why?* and automatically answering, out of the blue, for no reason, just opening my mouth, words coming out, summarizing for the idiots: “Well, though I know I should have done *that* instead of not doing it, I’m twenty-seven for Christ’s sakes and this is, uh, how life presents itself in a bar or in a club in New York, maybe *anywhere*, at the end of the century and how people, you know, *me*, behave, and this is what being *Patrick* means to me, I guess, so well, yup, uh...” and this is followed by a sigh, then a slight shrug and another sigh, and above one of the doors covered by red velvet drapes in Harry’s is a sign and on the sign in letters that match the drapes’ colors are the words **THIS IS NOT AN EXIT**. (399)

Die Worte “THIS IS NOT AN EXIT(istentialism)” implizieren wiederum den Ellis’schen Diskurs einer existenzialistischen Lebensanschauung. Das Szenario von *American Psycho* mit dem porträtierten “void-absurd-mayhem-burden(less) of freedom”<sup>1198</sup> verkörpert geradezu schlagwortartig die Philosophie des französischen Existentialismus eines Albert Camus und Jean Paul Sartre<sup>1199</sup>. Letztere vertreten – voneinander differenziert – einen atheistischen Humanismus, indem der Einzelne “zur Freiheit verurteilt” sei. Im Existentialismus ist das Wesen des Menschen seine Existenz, weswegen das Existieren ein “Zu-sich-selbst”-Verhalten ist und damit ein Erleiden des eigenen Daseins in seiner Endlichkeit. Das Wissen um die eigene Endlichkeit wiederum ist die Ursache unserer Lebensangst. Die Todesangst wird aber dann positiv, wenn sie ein Aufruf zum eigentlichen Selbstsein wird. Der Existentialismus ist ein Humanismus im Sinne der antiken Freiheit, Selbstverantwortung und Demokratie. Ellis verdichtet mit den unzähligen (!) Erwähnungen eines “nameless dread”, “despair”, “fear”, “nothing”, mit seinen apokalyptischen Weltaussagen und dem Hinweis auf ein Buch von Sartre die Annahme, dass *American Psycho* von einer existenzialistischen Weltanschauung geprägt ist. Um welches Buch von Sartre es sich in *American Psycho* handelt, erfahren die LeserInnen indirekt durch den Anfang und das Ende von *American Psycho*: Die einleitenden Worte von Dante Alighieris *The Divine Comedy*<sup>1200</sup> “Through me ye pass into the city of woe, / . . . Ye that come in, henceforth all hope resign.’ / These words in letters of a hue obscure / I saw inscribed above a gate . . .”<sup>1201</sup> illustrieren *American Psycho* als “the city of woe” und belegen mit dem Hinweisschild am Ende “THIS IS NOT AN EXIT” Sartres “subversives” und radikales Stück *No Exit* (1944)<sup>1202</sup>. Dazwischen reproduziert Bateman in *American Psycho* Sätze wie “there is no catharsis” (377) und ein wenig später “This confession has meant *nothing*...” (377); es ist Ellis’ Verweis, dass es keine Läuterung (wie in Dante Alighieris “Purgatoio”) durch ein (christliches) Schuldbekenntnis etwa geben würde. In Sartres Drama sind die drei Charaktere für alle Ewigkeit in der Hölle verdammt, wobei ihre Qualen in der ihnen zugeteilten Unmöglichkeit, ihr Leben durch Wahl zu verändern, verkörpert sind. Wie der Titel vorwegnimmt, gibt es aus dieser klaustrophobischen und hermetisch abgeschlossenen Welt keinen Ausweg: Das vollkommene Fehlen von Freiheit ist die existenzielle Hölle.

<sup>1197</sup> Siehe Truman Capotes Roman *In Cold Blood* (New York: Random House, 1965) und Vorreiter des *New Journalism* über den brutalen Familienmord in einer Kleinstadt in Kansas 1959.

<sup>1198</sup> Vgl. Nikki Sahlins Arbeit zu diesen existenzialistischen Begriffen und Horst Steurs Auseinandersetzung damit in Steur, 21 ff.

<sup>1199</sup> Vgl. auch den Eintrag zu “Sartre, Jean-Paul” in *Bertelsmann Universallexikon*, ed. (Gütersloh: Bertelsmann, 1996): 477.

<sup>1200</sup> Dante Alighieri, *The Divine Comedy*, translated by Geoffrey L. Bickerstet (Oxford: Shakespeare Head Press, 1965).

<sup>1201</sup> Ebda., 17.

<sup>1202</sup> Jean Paul Sartre, *No Exit and Three Other Plays* (New York: Random House, 1945).

What I've always been interested in as a writer is this idea of a group of people who seem to have everything going for them on the outside. Because of that, they have a lot of freedom. The theme of my fiction is the abuse of that freedom.<sup>1203</sup>

*American Psycho* ist mit Patrick Bateman als "Produkt seiner Umwelt" Ausdruck für das Versagen dieser sozialen Lebensphilosophie in einer hyperkonsumistischen Gesellschaft, die gegen eine individuelle Selbstverantwortung und damit echte (freie) Wahl des Einzelnen wirkt. Mit dem Ende von *American Psycho* hat Ellis die sozialen Dogmata des Christentums, den Rousseauschen Naturalismus, Dostojewskis existentialistische Vorläufe und den französischen Existentialismus populärkulturtextlich durchlaufen und eine Bestandsaufnahme des Verhältnisses von Individuum und Gesellschaft am Ende des 20. Jahrhunderts geliefert, welcher er am Höhe- und Wendepunkt in den 1980er-Jahren seinen eigenen Nihilismus gegenüberstellt.

## "Zeit" im Hyperkonsumismus

[...] most experience is a matter of consumption in capitalist society; we are all constructed and addressed as consumers and our social identity is largely based on our patterns of consumption. The instant character of experience and its connection with consumption would suggest that, as with other things that are instantly available and instantly consumed, it is unique and unrepeatable. But this only appears to be the case for, in fact, it is the same experiences which are repeated over and over again. Like early man and woman the modern person is tied to cycles but they are consumerist, not natural ones and their motion is invisible.<sup>1204</sup>

*American Psycho* gibt ein Paradebeispiel für die Anpassung des amerikanischen Alltags und Lebensrhythmus an den *unendlichen* Konsumzyklus. Ellis radikalisiert dieses Zeitkonzept, indem er alle herkömmlichen zeitbestimmenden Parameter mit Referenzen aus der Populärkultur ersetzt, und zwar folgendermaßen:<sup>1205</sup> Mit der Erwähnung der *Four Seasons* (als frequentiertes Yuppie-Restaurant, als Musikgruppe und als Antonio Vivaldis Musikstück) kontrastiert Ellis den natürlichen Zyklus der vier Jahreszeiten mit der Künstlichkeit des Konsumzyklus: Jahreszeiten werden in *American Psycho* grundsätzlich nur über die jeweilige Modesaison (Winter-, Frühlings-, Sommer- und Herbstmode) und ihre Trends und über die verschiedenen Ausverkäufe, die von den Geschäften anlässlich eines offiziellen amerikanischen Feiertages organisiert werden, wahrgenommen. So erwähnt Bateman den "Conran's Memorial Day sale" (der Memorial Day, ein festlich begangener Gedenktag der Toten des *Civil War*, stellt mit dem vierten Montag im Mai den inoffiziellen Sommeranfang dar) und den "Labor Day Sale" (der erste Montag im September gilt seit 1894 als parademäßig begangener "amerikanischer" Tag der Arbeit). Daneben führt Bateman noch die Praxis des "Christmas shopping" (der 25. Dezember ist zwar ein religiöser, aber nicht gesetzlicher Feiertag) und des Shoppings am "Valentine's Day" (am 14. Februar, dem Tag der Verliebten) an. Das Konsumieren hat die Religion als "Religion" ersetzt. Weitere (Feier-)Tage – wie die Erwähnung des "New Years Eve" (1. Januar), eine "Halloween Party" (31. Oktober) oder die "Gay Pride Parade" (Ende Juni) – geben den Leserinnen und Lesern immer wieder den Anschein der Orientierung im Text. Auch die Einleitung der

---

<sup>1203</sup> Fox, 14.

<sup>1204</sup> Day, 5.

<sup>1205</sup> Vgl. das Kapitel "Der äußere Aufbau und die Zeitstruktur von *Less Than Zero*" von Horst Steur in *Der Schein und das Nichts*, 29–51. Steurs Ausführungen waren mitunter grundlegend für die vorliegende Auseinandersetzung.

meisten Kapitel mit einer Zeitbeschreibung suggeriert einen "Fluss" der Ereignisse in Batemans Alltag; diese bleiben jedoch – unkontextualisiert – für die LeserInnen in ihrer Chronologie der Ereignisse bedeutungslos: "The following are delivered mid-October" (306), "Autumn: a Sunday around four o'clock" (291), "Today I'm meeting Bethany for lunch" (230), "Later, the next night in fact, ..." (247). Die Zeitsprünge im erzählten Textgeschehen sind nicht direkt, sondern nur indirekt über Populärkulturzitate erfassbar wie hier beispielsweise: Nach einem Abendessen betritt Bateman das Nachtlokal "Tunnel" und erhält "drink tickets"; nach einer "coke session" ("I feel kind of high and minutes later") (59) bestellt er Drinks, will mit den Tickets zahlen und erfährt von der Bedienung "It's after eleven. Those aren't good anymore. It's cash bar." (59) Erst jetzt können die LeserInnen das bis dahin im Ablauf inkohärent erscheinende Textgeschehen zumindest zeitlich etwas strukturieren und sich damit grob orientieren.

*American Psycho* besteht aus 60 Kapiteln, die eine Länge von 1/2 Seite bis 22 Seiten haben und folgendermaßen betitelt sind:

April Fools, Morning, Harry's (berühmte New Yorker Bar), Pastels, Tunnel, Office, Health Club, Date, Dry Cleaners, Harry's, Deck Chairs, Business Meeting, Video Store then D'Agostino's (New Yorker Supermarkt), Facial, Date with Evelyn, Tuesday, Genesis (engl. Pop-Gruppe), Lunch, Concert, A Glimpse of a Thursday Afternoon, Yale Club (Universitätsclub), Killing Dog, Girls, Shopping, Christmas Party, Nell's (In-Diskotheke von Nell Campbell), Paul Owen, Paul Smith (Modedesigner), Birthday Brothers, Lunch with Bethany, Thursday, Whitney Houston (US-Sängerin), Dinner with Secretary, Detective, Summer, Girls, Confronted by Faggot, Killing Child at Zoo, Girls, Rat, Another Night, Girl, At Another New Restaurant, Tries to Cook and Eat Girl, Taking an Uzi to the Gym, Chase, Manhattan, Huey Lewis and the News (US-amerikanische Pop-Gruppe), In Bed with Courtney (eine Anspielung auf den Film *In Bed with Madonna?*), Smith & Wollensky (New Yorker Restaurant), Something on Television, Sandstone, The Best City for Business, Working Out, End of the 1980s, Aspen (High Society-Wintersportort in Colorado, USA), Valentine's Day, Bum on Fifth, New Club, Taxi Driver (eine Anspielung auf Martin Scorseses Film *Taxi Driver?*), At Harry's.<sup>1206</sup>

Wichtige Informationen mischen sich mit unwichtigen; die Ebene des statusorientierten Yuppies wird zur Ebene des emotionslosen und von Mordlust getriebenen Serienmörders. Die Kapitel erinnern an Einträge in einem Filofax, einem Zeitplaner, niedergeschrieben von Patrick Bateman. Doch im Gegensatz zu einem herkömmlichen Tagebuch, wo Vergangenes niedergeschrieben wird, dokumentieren die Seiten eines Zeitplaners Termine und damit eine Zukunft, die noch stattfinden muss.<sup>1207</sup>

Die Zeitstrukturierung für den Protagonisten Patrick Bateman selbst findet vor allem über das Fernsehen statt – durch die regelmäßig gesendeten und damit Stabilität bietenden Sendungen pro Tag, durch die Fortsetzungsgeschichten (Fernsehserien) oder aber durch die Wiederholung verschiedener Sendungen – was wiederum mit der realen Situation einer Fernsehkonsumentin bzw. eines Fernsehkonsumenten vergleichbar ist –, aber auch mittels Erwähnung von "neuen" Produkten. Die bisher genannten Zeitangaben betten den Text jedoch ausschließlich in die Gegenwart ein und vermitteln dadurch – wie bereits beschrieben – ein Gefühl der Zeitlosigkeit. Diese ist typisch für das Zeitalter des Hyperkonsumismus:

Consumer capitalism goes into overdrive for Christmas but the moment it arrives it negates it by filling the television screens with information about bargains for summer holidays. [...] Ironically, this orientation towards a future time, which is intended to take consumers out of their present time only succeeds in keeping them in it. Adverts make desire the future but, because that future is never realized, consumers are

---

<sup>1206</sup> Es ist die Auflistung der Kapiteltitel in *American Psycho* (1991).  
<sup>1207</sup> Day, 12.

imprisoned in an eternal present of desire. To live in an eternal present means that there is neither past nor future and this confers a kind of absoluteness on consumer capitalism, making it seem monolithic and unchangeable. Moreover, this condition destroys a sense of history, replacing it with one of myth.<sup>1208</sup>

Ellis verstärkt dieses Gefühl der “Unmittelbarkeit”, indem er seinen Erzählerprotagonisten ausschließlich im Präsens erzählen lässt<sup>1209</sup> und diesem – wie bereits erwähnt – jeglichen Vergangenheitsbezug abspricht. Während Bateman ein Opfer kocht, erinnert er sich zwar an die Titel seiner Kindersendungen (die er reproduzieren kann), aber nicht mehr an den Inhalt:

[...] along with a Xanax (which I am now taking half-hourly) this thought momentarily calms me and then I'm humming, humming the theme to a show I watched often as a child-*The Jetsons? The Banana Splits? Scooby Doo? Sigmund and the Sea Monsters?* I'm remembering the song, the melody, even the key it was sung in, but not the show. Was it *Lidsville?* Was it *H.R. Pufnstuf?* These questions are punctuated by other questions, as diverse as “Will I ever do time?” and “Did this girl have a trusting heart?” The smell of meat and blood clouds up the condo until I don't notice it anymore. (345)

Ellis kontrastiert auch hierin wiederum das Klischee, dass Kindersendungen Vertrautheit und Geborgenheit vermitteln, mit der Emotionslosigkeit seines “höchst abnormen” Protagonisten. Grundsätzlich aber belegt es die absolute Konsumexistenz Batemans im Text. Ohne Bezug zur eigenen Vergangenheit fehlt dem Erzählerprotagonisten die Lebensgeschichte, die aber für eine Charakterdarstellung und -reife notwendig ist. Bateman ist ausschließlich ein künstliches Konstrukt, eine rhetorische Figur – die Verkörperung des ultimativen Konsumenten:

Es ist eine Grunderkenntnis der Pädagogischen Anthropologie, dass sich Menschsein immer zeit- und kulturgebunden realisiert. Die Erfahrung der eigenen Geschichtlichkeit gehört neben anderen Grundzügen wie Erziehungsfähigkeit, Sprache, Sozialität, Bildsamkeit, Reflexivität und Bezug zur Transzendenz zu den Wesensmerkmalen menschlichen Seins. Der Mensch erkennt, dass er ‘aus der Vergangenheit lebt und auf dieser Grundlage in die Zukunft hinein plant.’ Durch seine Reflexivität wird er in die Lage versetzt, ‘sich als Urheber und Grund von Handlungen zu erfahren.’ Damit verbunden ist eine Wertung des eigenen Handelns auf verschiedenen Ebenen, bis hin zu gut und böse. Ethik und Sittlichkeit sind gelernt und somit ‘wieder zeit- und kulturgebunden.’<sup>1210</sup>

Eine Konsumentenexistenz – in der Verkörperung eines Patrick Bateman – ist alleinig von den Angeboten ihrer Umwelt, die sie konsumiert und in ihrem Urteil dementsprechend reflektiert, abhängig. Als Produkt seiner Umwelt besitzt Bateman weder eine gelebte Vergangenheit noch eine Zukunft noch eine individuelle “Geschichte”; er ist ein austauschbares Produkt seiner selbst. Nichtsdestoweniger vermag Ellis Bezüge zu einer Vergangenheit seines Erzählerprotagonisten herzustellen bzw. den Text geschichtlich zu kontextualisieren, indem er Historizität produziert. Auch dabei bedient sich Ellis der Populärkultur und setzt damit Fredric Jamesons Feststellung, dass in einer postmodernen Welt “Geschichte” nur mehr über Zitate aus der Populärkultur oder “stilistische Konnotationen” wahrgenommen werden kann, zeitgemäß um. Jameson:

Wenn es also doch noch so etwas wie ‘Realismus’ gibt, dann müßte dies ein Realismus sein, der aus der schockartigen Erkenntnis entspringt, daß die Wirklichkeit nicht mehr ‘unmittelbar’ zu begreifen ist und daß wir uns langsam einer neuen und einzigartigen historischen Situation bewußt werden müßen, in der wir dazu

---

<sup>1208</sup> Ebda., 5.

<sup>1209</sup> Vgl. hierzu Horst Steurs Zusammenfassung zur Verwendung des “Präsens” in *Less Than Zero*, um den “Eindruck von Unmittelbarkeit und Dringlichkeit” zu erzeugen, 249.

<sup>1210</sup> Hier beziehe ich mich auf Horst Steur, 160-61, mit Zitaten von Irmgard Bock, “Pädagogische Anthropologie”, 100 f.

verdammt sind, Geschichte nur noch in unseren eigenen gängigen Bildern und Simulakren zu suchen, da die 'Geschichte an sich' für immer verloren ist.<sup>1211</sup>

Der Text wird nur mehr durch Verweise auf Populärkulturreferenzen historisch kontextualisiert – mittels politischer Ereignisse (der Challenger Absturz am 28. Januar 1986, der erste Abrüstungsvertrag [INF] zwischen Gorbatschow und Reagan Ende 1987 und die damit einhergehende Popularisierung des Wortes "Glasnost"), Musikhits (wie Bobby McFerrins "Don't Worry, Be Happy" bald nach dem Börsensturz am 19. Oktober 1987 oder "rap music", welche in den New Yorker Ghettos entstanden war und mit "Walk This Way" von Aerosmith durch Run-DMC erstmals 1986 popularisiert wurde) oder mittels Hinweisen auf Veranstaltungen wie das "Kentucky Derby in '86-no'87", auf verschiedene (Produkt-)Trends (wie *aerobics* seit 1986, *oat bran* seit 1987, "Donna Karans bamboo wool crepe gabardine pants suits" seit 1988), auf Filme usw. Mit den Populärkulturreferenzen müssen sich die LeserInnen die Zeitstruktur von *American Psycho* selbst rekonstruieren, was über ein intensives Lesen und das Wiedererkennen der verschiedenen Zitate an sich kein schwieriges Unterfangen ist. Allerdings ist dieser Vorgang mühsam und das Durcharbeiten im schier unendlichen Konsumzyklus des Protagonisten sehr unbefriedigend. Doch wenn "Zeit" nur mehr über Produktzyklen und Einkaufsgewohnheiten wahrgenommen und festgestellt werden kann, vermag Ellis den Leserinnen und Lesern anschaulich und regelrecht spürbar das eigene Konsumentendasein vor Augen zu führen. Durch diese Methode lassen sich trotz eines scheinbaren Kreislaufes von Batemans beschriebenem Lebensalltag und implizierter Unendlichkeit – vergleichbar mit der eines Melodrams, einer Soap, wo die ZuschauerInnen in das Geschehen ohne Anfang und Ende hineingeworfen werden – ein zeitlich festhaltbarer Anfang und ein Ende in *American Psycho* ausmachen, die so rekonstruiert werden können: Im ersten Kapitel namens "April Fools" werden der begonnene *Les Misérables*-Werbezug und der wenige Monate zuvor stattgefundene Challenger-Absturz erwähnt. Aus diesen Informationen lässt sich der Textbeginn zusammen mit den erwähnten Produkten und der öffentlichen Diskussion des AIDS-Themas auf den 1. April 1986 festlegen. Das Textende lässt sich über das letzte Kapitel "At Harry's", das dem Kapitel "End of the 1980s" und "Valentine's Day" folgt, über die Kleiderbeschreibung (wool), den Laptop Lotus Quotrek, der bereits eine Art "Internet-Anschluss" besitzt, zusammen mit den Fernsehszenen über Präsident Bushs Amtseinführung und den Fernsehszenen über einen gerade abgetretenen Präsidenten Ronald Reagan sowie mit den Restaurantbewertungen im "neuen" Zagat und schlussendlich mit Batemans Altersangabe, – er sei noch 27 (an anderer Stelle erwähnte er, er werde im Oktober 28) – auf Anfang des Jahres 1989 festlegen. Die porträtierten Ausschnitte aus dem Leben des Patrick Bateman fallen in die Entstehungszeit von *American Psycho*, in die reale Schreibzeit des Autors also, womit sich mit dem starken Gegenwartsbezug auch die Bedeutung von *American Psycho* als Zeitdokument über die 1980er-Jahre belegt:

Love: How long did it take you to write *American Psycho*?

BEE: I started the book in the fall of 1986, before I did the rewrite on *Rules of Attraction*. I finished what I thought was the final draft in December of 1989.<sup>1212</sup>

---

<sup>1211</sup> Jameson, 69 f.  
<sup>1212</sup> Love, 46.

## Resümee

Mit dem offenen Ende von *American Psycho*, einem Text, der an einen schlechten Hollywood-Mainstream-Yuppiefilm der 1980er-Jahre und Slasher-Film der 1970er-Jahre erinnert sowie an die Tradition der Pulp-Magazine anknüpft, bricht Ellis mit jeglicher klassischen Lesekonvention. Der konsumorientierte Mainstream-Text endet wie ein kritischer Independent-Film; er bietet kein "traditionelles" Ende, in dem zwischen Gut und Böse unterschieden und für die LeserInnen das "Böse" am Ende verurteilt wird. Die LeserInnen werden auch nicht mit einer Taxifahrt aus Manhattan und aus den seelischen Abgründen der (amerikanischen) Gesellschaft herausgeführt. Vielmehr bleibt das hyperkonsumistische Lese-(bzw. Film-)Publikum – wie vor den Kopf gestoßen – mit der explizit beschriebenen und visuell konsumierten Gewalt konfrontiert. *American Psycho* endet für die hyperkonsumistischen LeserInnen (bzw. ZuseherInnen) unbefriedigend: Sie haben keine Erklärung für den überstandenen Horrortrip erhalten und sind mit dem offenen Ende plötzlich sich selbst (im Urteil) überlassen, nachdem sie sich 399 Seiten lang "blindlings" durch den Text haben führen lassen. *American Psycho* schockiert und verärgert seine Leserinnen und Leser zugleich. Denn als LeserInnen wie ZuseherInnen waren sie von Anfang an Mitwissende und damit Komplizinnen und Komplizen des Erzählerprotagonisten. Das hat Ellis mit der Schaffung dieses Textes intendiert und *American Psycho* danach filmstrategisch aufgebaut. So hat sich Ellis darin klar der voyeuristischen Konsumgier seiner Leserinnen und Leser bedient, um die eigene Mitschuld an der menschenverachtenden Perversität und sozialen Indifferenz – verkörpert in der Yuppie- / Serienmörderfigur Patrick Bateman – erbarmungslos aufzuzeigen und auch aufzuladen (nicht ohne seinen LeserInnen dies immer wieder zu veranschaulichen und damit Möglichkeiten der kritischen Distanz zu bieten). Diese voyeuristische Konsumgier wiederum hat Ellis (fast) ausschließlich mit Texten aus der hyperkonsumistischen Populärkultur, die er sprachlich transkribiert und mit Bateman teilweise verfremdet reproduziert hat, geweckt. Als Hyperkonsumist war Patrick Bateman also ein erkennbares Produkt der amerikanischen Populärkultur, mit dem sich die Leserinnen und Leser immer wieder identifizieren konnten und mussten. Dabei zwang Ellis auch die Leserinnen und Leser, Batemans Welt, obwohl diese ihren eigenen Gesetzen folgte und scheinbar keine Verbindung zur Außenwelt der LeserInnen aufwies, über die von ihnen wiedererkannten Populärkulturtexte mit der eigenen Welt zu verbinden. Dadurch konnte Ellis seiner Leserschaft die Gewalt spürbar übertragen, die gewalttätige Apathie einer Konsumgesellschaft vor Augen führen und zugleich Batemans Morde nicht als Einzelfälle eines "abnormen Gehirns", dem mit der Verurteilung des Serienmörders Einhalt geboten werden kann, präsentieren. Durch diese besondere Textbeschaffenheit wurde die porträtierte Gewalt in den breiten Kontext der US-amerikanischen Gesellschaft gestellt. In *American Psycho* verüben die "sozial Stärkeren Gewalt an den sozial Schwächeren"<sup>1213</sup>, was durch Batemans reale physische Gewaltdarstellung symbolisch verkörpert wird; dadurch ist das allgemeine Bild von Gewalt – als "Bedrohung" individuellen Besitztums und des eigenen Lebens durch die ärmeren Bevölkerungsschichten – in der amerikanischen Bevölkerung umgekehrt worden.<sup>1214</sup> Und gerade durch diesen Kontext hat sich der Autor trotz fehlender expliziter Verurteilung des Dargestellten nicht des Vorwurfs der Verantwortungslosigkeit schuldig gemacht – im Gegenteil: Das offene Ende konfrontiert die LeserInnen mit ihrem eigenen "unreflektierten" Konsumverhalten, entblößt sie in ihrer Rolle als "kritiklose" Konsumentinnen und Konsumenten und wirft sie auf die Eigenverantwortung beim Konsum von

---

<sup>1213</sup> Voßmann, 125.

<sup>1214</sup> Vgl. Ursula Voßmanns Auseinandersetzung mit der Darstellung von Gewalt in *American Psycho*, 123–29.



“Gewalttexten” und deren populärkulturellen Tradierung zurück. Mit diesem sehr realistischen Ende – ein Serienmörder wird in den seltensten Fällen gefasst – gelang es Ellis, die Fortsetzung des Gewaltzyklus und die implizierte (soziale) Indifferenz glaubwürdig zu illustrieren und seinen Text zur Zeitkritik zu machen.

Mittels Populärkulturtext stellte Ellis also seinen Text nicht nur in den Kontext der Reaganschen Regierungszeit (1981–89), sondern lieferte auch ein äußerst reales Porträt der Lebenswelt seines Erzählerprotagonisten im New York der Jahre 1986–89. Patrick Bateman präsentiert sich als “konsumbesessener” Yuppie, aber auch als Serienmörder, der seine Umwelt “wie im Film” wahrnimmt und für seine Taten nie verdächtigt wird. Mit der Darstellung seines Erzählerprotagonisten als (amerikanischer) Yuppie und als (amerikanischer) Serienmörder weist Ellis deutlich auf die radikale Vergegenständlichung und Entmenschlichung im Spätkapitalismus in den USA hin. Mit dem zudem “unzuverlässigen” Erzählerprotagonisten Patrick Bateman, der verlernt hat, “zwischen Sein und Schein zu unterscheiden”<sup>1215</sup>, stellt Ellis eine übersättigte Konsumgesellschaft dar, “in der die von den Medien propagierten Verhaltensmuster internalisiert”<sup>1216</sup> sind und eine kritische Distanz unmöglich geworden ist; die reale Welt wurde durch stete Mythisierung mit einer simulierten vertauscht.<sup>1217</sup> Ein solcher Realitätsverlust muss zum “Abbau des Schuldgefühls und der Verantwortlichkeit des Einzelnen”<sup>1218</sup>, der nun auf “‘reale’ Gewalt wie auf ein ‘Simulacrum’ von Gewalt”<sup>1219</sup> reagieren wird, führen.

Einen großen Beitrag zur Mythisierung der Realität hat die spätkapitalistische, konsumorientierte Regierungspolitik und Rhetorik des US-Präsidenten Ronald Reagan geliefert: So versprach der Ex-Präsident dem amerikanischen Volk mit seinen angebotsorientierten und deregulierenden wirtschafts- und sozialpolitischen Maßnahmen acht Jahre lang den amerikanischen Traum vom wirtschaftlichen und sozialen Aufstieg und damit “besseren” Leben in Amerika. Die Erfüllung desselben erwies sich für die Mehrheit der AmerikanerInnen als bittere Illusion. So hat Reagans Realpolitik bis Mitte der 1980er-Jahre ein Schrumpfen der Mittelklasse bewirkt und eine schwerst überwindbare Kluft zwischen Reichen, die nur reicher werden konnten, und Armen erzeugt.<sup>1220</sup> Tatsächlich jedoch hat die Abgabe jeglicher “sozialer” Verantwortung vonseiten des Staates in Kombination mit der propagierten konsumorientierten Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik den Hyperkonsumismus gefördert, in dem das amerikanische Leben von einer an Massenmedien orientierten Populärkultur bestimmt wird.

Patrick Bateman ist zwar Teil der Gesellschaftsschicht, die finanziell von Reagans spätkapitalistischer Politik profitiert hat, doch auch er hat seinen amerikanischen Traum eingebüßt. Indem Bateman dem von den Massenmedien propagierten Konsumdiktat erlegen ist, hat er sein selbstbestimmtes und selbstverantwortetes Leben und damit seine Freiheit für eine angebotene “Lebenswelt” – für ein Produkt – eingetauscht. Batemans Ohnmacht manifestiert sich in seiner Vor- und Darstellung als Serienmörder, in der er sich nur “mit Gewalt” Kontrolle über sein Leben verschaffen kann und darin “Herr” seiner selbst ist. Mit der radikalen Darstellung Batemans als “Konsument” – und damit (unfreies) Produkt seiner Umwelt – stellt

---

<sup>1215</sup> Steuer, 250.

<sup>1216</sup> Ebda.

<sup>1217</sup> Vgl. hierzu tiefergehend und folgend die “Zusammenfassung” von Horst Steuer, 247 ff.

<sup>1218</sup> Ebda., 250.

<sup>1219</sup> Ebda.

<sup>1220</sup> Siehe meine Ausführungen zur zunehmenden Polarisierung und Kluft zwischen “Arm und Reich” in Teil I dieser Dissertation, 66–69.

Bret Easton Ellis das seit den 1980er-Jahren stark zunehmende Aggressionspotenzial in der amerikanischen Gesellschaft in den Kontext von Spätkapitalismus und Hyperkonsumismus.

*American Psycho* ist mit Patrick Bateman zugleich Porträt und Produkt einer extrem desensibilisierten, da völlig hyperkonsumistischen und oberflächlichen Gesellschaft.

|   |     |
|---|-----|
| <b>Teil IV</b>  |     |
| <b>EIN KOMMENTIERTES POPULÄRKULTURLEXIKON ZU <i>AMERICAN PSYCHO</i> UND DEN 1980er-JAHREN</b> |     |
| <b>Lexikon von A-Z</b>  | 260 |
| Alphabetischer Index  | 261 |
| Übersicht zu Schwerpunktthemen  | 500 |
|   | 508 |

## Teil IV

# EIN KOMMENTIERTES POPULÄRKULTURLEXIKON ZU *AMERICAN PSYCHO* UND DEN 1980er-JAHREN

Das vorliegende Lexikon ist das Ergebnis meiner Auseinandersetzung mit den Zitaten aus der amerikanischen Populärkultur der 1980er-Jahre in *American Psycho*. Der Ausgangspunkt meiner Recherchen war die im Roman porträtierte Lebenswelt eines Yuppie-Serienmörders. Es ist ein extrem erschreckendes Beispiel eines Konsumenten, verankert in New York in den Jahren 1986–89. Wie ein *close reading* des Romans als Populärkulturtext (siehe Teil III dieser Dissertation) bereits vermuten lässt, gründet die Bedeutung von *American Psycho* auf seinem Wert als Dokument, das eine Dekade im Umbruch schildert. Es ging für mich also darum, die subjektive Auswahl der Populärkulturzitate des Autors zu erforschen und in den Kontext der amerikanischen 1980er-Jahre zu stellen – ein zunächst nicht unproblematisches Unterfangen für eine Europäerin. Doch eine langjährige Auseinandersetzung mit amerikanischen Zeitzeuginnen und Zeitzeugen dieser Dekade, privat wie im Rahmen meines Studiums und eine Recherche vor Ort, in elektronischen wie digitalen Medien sowie in Printmedien, haben es mir letztendlich möglich gemacht, das von Bret Easton Ellis kunstvoll konstruierte Netzwerk an Populärkulturzitaten in *American Psycho* freizulegen, mit ihren Originalen aus den 1980ern minutiös zu vergleichen, zu einer Aussage über die 1980er-Jahre zu verdichten und als lexikalisch-enzyklopädisches Werk kommentiert aufzubereiten.<sup>1221</sup> Als Populärkulturlexikon der 1980er-Jahre ist dieser Teil der Dissertation als Nachschlagewerk und Orientierungshilfe für deutschsprachige LeserInnen der englischen Originalversion von *American Psycho* gedacht. Über 1200 kontextuelle Einträge geben mittels Marken, Produkten und Marktentwicklungen, Personen aus dem öffentlichen Leben und Ereignissen aus jener Zeit Einblick in eine höchst weltprägende und -verändernde gesellschaftspolitische Zeit. Ein alphabetischer Index am Ende des Lexikons dient zum einfachen Nachschlagen und bietet mit eigenen Schwerpunktthemen Überblick und Aufschluss zugleich über Entwicklungen in jener Zeit. Das Eindringen des Spätkapitalismus bzw. einer Marktideologie in alle Lebensbereiche ist dabei als gemeinsamer Nenner erkennbar und mit ihm die Vergegenständlichung und das Öffentlichmachen von allem Persönlichen wie Privaten. Insbesondere aber sind die Anfänge des Hyperkonsumismus in den 1980er-Jahren (sie sind heute vor allem in der westlichen Welt längst Realität) mit einer zunehmenden Projizierung der über die Markenimages zur Identifikation angebotenen bzw. transportierten Lebensstile auf das eigene Ich verbunden und damit klar sichtbar geworden.

---

<sup>1221</sup>

Die Einträge in diesem enzyklopädisch aufbereiteten Populärkulturlexikon der 1980er-Jahre erheben in keiner Weise Anspruch auf Vollständigkeit. Sie richten sich sowohl nach ihrer (fehlerhaften) Originalschreibweise im Roman als auch nach ihrer korrekten Bezeichnung und werden von der Autorin verantwortet. Die Einträge beziehen sich auf die 1980er-Jahre und ihren Erkenntnisstand bei Fertigstellung dieser Arbeit im Jahr 2004 (die Geburts- und Todeszahlen sind bis inkl. Oktober 2022 aktualisiert); die allgemeinen Referenzen wie Nachschlagewerke und eine weiterführende Literatur finden sich in den verschiedenen Verzeichnissen im Anschluss.

## Lexikon von A-Z

### A

#### **A. Testoni**

Ein italienisches Familienunternehmen nach dem Begründer Amedeo Testoni von 1929, das Schuhhandwerkskunst aus der Emilia-Romagna mit Bequemlichkeit und Eleganz verbindet. Bis in die 1980er-Jahre produzierte A. Testoni nur für Männer. Die "A. Testoni loafers", ein neu entwickelter Freizeitschuhtyp ohne Laschen, waren bei Preppies und Yuppies sehr beliebt. Siehe *MODE in den 1980ern*

#### **Abetone**

Ein italienisches Spitzenrestaurant in Aspen, USA.

#### **Absolut**

Eine schwedische Wodka-Marke. Ein "Absolut on the rocks" ist ein Wodka auf Eis(würfeln).

#### **Acacia chardonnay**

Ein Chardonnay des US-amerikanischen Weingutes Acacia Winery im kalifornischen Napa Valley, welches seit 1979 für seinen Pinot Noir im Burgunderstil bekannt ist. Die Acacia Winery wurde 1986 an die Chalone Wine Group verkauft.

#### **Accuphase**

Eine japanische Marke für Stereoanlagen. Der Name geht auf das Präfix des englischen Wortes "accurate" (akkurat) und auf die "phase" (Phase) als wichtigen Faktor in der Audio-Technologie zurück. Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

#### **Acid**

Ein halluzinogenes Rauschgift (Psychedelikum), auch als LSD bekannt. Siehe *LSD* und *DROGEN in den 1980ern*

#### **ACLU**

Eine Abkürzung für englisch "American Civil Liberties Union", eine unparteiische US-amerikanische Nichtregierungsorganisation seit 1920, die sich für demokratische Bürgerrechte einsetzt sowie für die Trennung von Kirche und Staat. Gerade in den konservativen, homophoben und frauenfeindlichen 1980er-Jahren war das Engagement dieser Bewegung gefordert.

#### **Acme**

Eine US-amerikanische Marke namens Acme Supreme für einen Frucht- und Gemüseensafter (Juicerator) der Firma Waring, die ab 1986 populär wurde.

#### **Adidas**

Eine deutsche Marke für Sportschuhwaren und -kleidung sowie Accessoires im Sportbereich, die auf ein bayrisches Unternehmen zweier Brüder – beide waren von Beruf Schuster – zurückgeht. Adidas war Ende der 1970er-Jahre der erste ausländische Sportsponsor in den USA und revolutionierte 1988 mit dem Torsion-System die Sportschuhproduktion. Die Sportmarken Nike, Reebok und Adidas bestimmen heute den internationalen Markt für Sportmode und dessen Sponsoring. Siehe *MODE in den 1980ern*

#### **Adrienne Landau**

Eine US-amerikanische Modemarke nach der gleichnamigen Designerin, die 1979 mit ihren ersten Pelzanhängen auch als "The Cape Lady" bezeichnet wurde und deren ausgefallene Kreationen im Materialmix seither für einen bestimmten Bekleidungs- und Lebensstil stehen. Siehe *MODE in den 1980ern*

## **Advil**

Ein rezeptfreies, entzündungshemmendes und fiebersenkendes US-amerikanisches Medikament mit dem Wirkstoff Ibuprofen gegen leichte Kopf-, Zahn-, Rücken-, Arthritis-, Menstruations- und Muskelschmerzen sowie gegen Erkältungen.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

## **Aerobics**

Eine Ausdauer- und Beweglichkeitssportart, die eine Mischung aus Konditionsgymnastik und Tanz darstellt und aus dem Bewegungsprogramm des US-amerikanischen Raumfahrtmediziners K. Cooper in den 1960er-Jahren entwickelt wurde. Ab 1982 wurde Aerobic über die Übungsvideos der amerikanischen Schauspielerin Jane Fonda als Breitensport sehr populär.

Siehe *KÖRPERKULT in den 1980ern*

## **Agnès B.**

Eine französische Modedesignerin (\* 1941). Agnès B. steht ab 1983, mit Eröffnung ihres ersten Geschäfts in New York, für eine moderne Kinder-, Herren- und Damenmode mit klaren Schnitten, welche ein aufgeschlossenes und unkompliziertes Image vermitteln; seit 1987 gibt es auch eine eigene Hautpflege- und Kosmetiklinie.

Siehe *MODE in den 1980ern*

## **AIDS**

Eine Abkürzung für ein erworbenes Abwehrschwäche-Syndrom, für englisch "Acquired Immune Deficiency Syndrome" – eine in den 1980er-Jahren auftretende, bis heute unheilbare Erkrankung des Immunsystems, die eine gleichzeitige Anfälligkeit für verschiedene Parasiten, Pilze und Viren und somit unterschiedliche Krankheiten zur Folge hat und auch das Zentralnervensystem befallen kann. Erreger sind Viren (auch als HIV bekannt), die sich im Körper an die für die Abwehr zuständigen T4-Lymphozyten andocken und diese nach und nach zerstören. Eine Übertragung dieser Immunschwäche, die oftmals erst Jahre nach der erfolgten Ansteckung ausbricht, gibt es nur durch direkten Blutkontakt bzw. Geschlechtsverkehr über die Schleimhäute im Genital- und Analbereich.<sup>1222</sup>

Siehe *AIDS und HOMOPHOBIE; Condom und Unsafe sex*

## **AIDS und HOMOPHOBIE: Neue soziale Schlagwörter in den 1980er-Jahren**

Die panische Angst vor Homosexualität und AIDS durchzieht *American Psycho* unterschwellig. Ellis belegt damit, wie sehr das Auftreten der zunächst noch unbekannteren, tödlichen Krankheit mit dem späteren Namen AIDS die amerikanische Gesellschaft seit 1981 aufgeschreckt und bewirkt hatte, dass Sexualität in den 1980er-Jahren in den Hintergrund gedrängt bzw. ein natürlicher Umgang mit ihr stigmatisiert wurde. Zwei Entwicklungen liefen dabei parallel. Mittels konservativer Gesellschaftspolitik wurde die traditionelle Geschlechteraufteilung, die seit den 1960er-Jahren massiv aufgebrochen worden war, auf allen Fronten gestärkt: Das sollte sich in der Mode mit einer neuen, propagierten Weiblichkeit sowie in der Werbung und in Filmen, in denen auf sehr subtile Art und Weise die traditionelle Familie und ein neuer Macho propagiert wurden, zeigen. 'Homophobie'<sup>1223</sup> wurde dabei zum Charakteristikum der porträtierten "heilen" Welt. Zugleich setzte unter dem Schlagwort 'Safer Sex' ein Boom in der Aufklärungsindustrie ein: Eine öffentliche Enttabuisierung des Themas "Sex" fand erstmals 1981 mit "Dr. Ruth", der ersten Radio Sex-Talkshow statt, der 1983 das Angebot von Telefonsex ("dial-a-porn") folgte. Sexualität sollte von nun an über Talkshows "gesellschaftskonservativ" verarbeitet oder heimlich im Privaten mit Pornovideos als *turn-on* in der eigenen Beziehung ausgelebt werden. In *American Psycho* zeigen Bateman und seine Yuppie-Kollegen geradezu exemplarisch, wie Homosexualität stigmatisiert und jegliche Angst vor AIDS mit einem Machoverhalten überspielt wurde: Mit folgender Szene belegt Timothy Price nicht nur *sein* Unwissen über AIDS, sondern die Hilflosigkeit einer ganzen Gesellschaft, die plötzlich mit einer mysteriösen, tödlichen Krankheit konfrontiert ist:

There's this theory out now that if you can catch the AIDS virus through having sex with someone who is infected then you can also catch *anything*, whether it's a virus or not-Alzheimer's, muscular dystrophy, [...], dyslexia, for Christ sakes-you can get dyslexia from pussy... (AP 5)

<sup>1222</sup> eHealthcare Solutions, Inc., [www.aids.org](http://www.aids.org)

<sup>1223</sup> Vgl. Kurt Wiesendanger, "Heterosexismus und Homophobie," *Psychoscope* 2/2002, Vol. 23: 6–9. Das Wort selbst setzt sich aus den altgriechischen Worten homos für "gleich" und Phobie für "Angst, Furcht, Scheu, Flucht" zusammen, wobei letzterer Begriff bereits ein abstoßendes bzw. meidendes Verhalten impliziert. Homophobie steht für ein starkes soziales Abneigungsverhalten gegenüber Homosexualität (Gleichgeschlechtlichkeit) und lesbischen wie schwulen Personen. Dieses kann von einer (unbegründeten) krankhaften Angst bis hin zur offenen Feindseligkeit und Abwehr reichen und wird unter anderem auf eine eigene (unsichere) sexuelle Identität zurückgeführt.

Batemans Kollegen brüsten sich damit, dass fast ausschließlich Frauen und nur 0,0001 % der Männer AIDS bekommen würden. Sie verabscheuen Kondome, da diese sie in ihrer Männlichkeit einschränken würden. Frauen (und Homosexuelle) waren in ihrem Verhalten verantwortungsvoller, wie zunächst Courtney belegt, als sie mit Bateman schläft und dabei ihre Angst vor dem *Kaposi's sarcoma syndrome* (KS) erwähnt. Als Kaposi-Sarkom wurde die Immunschwäche AIDS zunächst wegen ihres ersten dermatologischen und pneumonischen Erscheinungsbildes und ihrer ersten Opfer (junge Homosexuelle der *gay community* in Los Angeles und Orange County sowie New York City) Anfang der 1980er-Jahre bezeichnet. Evelyn wiederum bringt Prices Verschwinden mit der Möglichkeit, an AIDS erkrankt zu sein, in Verbindung. Aber das Wissen um die tödliche Krankheit oder um eine mögliche Infektion belegt auch die Macht und soziale Indifferenz derer, die nicht AIDS haben, wie zwei andere Textpassagen zeigen: Bateman ist es egal, ob der angeblich HIV-positive Stash seine Freundin Vanden anstecken könnte; beide gehören nicht zu seinem sozialen Umfeld. In Batemans Umfeld wiederum wähnt sich jede und jeder vor Ansteckung sicher und bedarf keines AIDS-Tests; und AIDS bietet sogar eine Möglichkeit, unliebsame Konkurrenz "auszuschalten" wie die Konversation zwischen den Models Caron, Daisy, Libby und Batemans Freundin Francesca zeigt:

"Lighten up, Bateman. What do you want from me, you gorgeous stud? An AIDS test? Oh my god, speaking of which, that guy over there, Krafft? Yep. No loss..."  
 "Should we tell her?" someone asks.  
 "Oh no," Daisy says. "Don't. She looks like a real bitch." (AP 209)

Von Anfang an dokumentiert Batemans Yuppie-Kreis die herrschende Stimmung des Mainstreams der amerikanischen Bevölkerung der 1980er-Jahre, die sich zumeist in offener Ablehnung, sprich in Homophobie, ausdrückte. Vor allem Yuppies, darunter auch viele Homosexuelle, reagierten gerade wegen des herrschenden Machismo öffentlich ablehnend auf homosexuelle HIV-Infizierte. Parallel hierzu verweist Ellis mit vielen kleinen Details auf eine mögliche (latente) Homosexualität seines Erzählerprotagonisten Patrick Bateman: So kommt Bateman auf dem Weg zur Wall Street in einen Stau und setzt seinen Weg zu Fuß fort, wobei er in eine Schwulenparade, die er selbst als Halloween-Parade bezeichnet, gerät. Es handelt sich hierbei um die am 24. März 1987 vor der Wall Street in New York organisierte Demonstration der "AIDS Coalition to Unleash Power" (ACT UP), wo T-Shirts mit dem Aufdruck eines pinkfarbenen Dreiecks und der symbolischen Aussage "Silence Equals Death" getragen wurden. Mit den Worten "We are angry, we want action" forderten HIV-Infizierte und AIDS-Kranke erstmals Gehör für ihre Situation:

When I [...] made a closer inspection it turned out to be something called a "Gay Pride Parade," which made my stomach turn. Homosexuals proudly marched down Fifth Avenue, pink triangles emblazoned on pastel-colored windbreakers, some even holding hands, most singing "Somewhere" out of key and in unison. I stood in front of Paul Smith and watched with a certain traumatized fascination, my mind reeling with the concept that a human being, a *man*, could feel pride over sodomizing another man, but when I began to receive fey catcalls from aging, overmuscled beachboys with walruslike mustaches in between the lines "There's a place for us, Somewhere a place for us," I sprinted over to Sixth Avenue, decided to be late for the office and took a cab back to my apartment where I put on a new suit (by Cerruti 1881), gave myself a pedicure and tortured to death a small dog I had bought earlier this week in a pet store on Lexington. (AP 139)

Batemans Reaktion ist symptomatisch für die Repression der eigenen (Homo-)Sexualität: Er versucht sich dieser anhand von Ritualen zu "entledigen" bzw. diese "gewaltsam" unter Kontrolle zu bekommen. Bateman will seinen Kollegen, den Homosexuellen Luis Carruthers, von dem er heimlich umworben wird, töten, scheitert aber in seinem Vorhaben, denn Carruthers ist Teil seines Yuppie-Kreises. An anderer Stelle trifft er zufällig auf einen älteren, sich sehr weiblich gebenden Schwulen, der zudem noch einen teuren (wertvollen) Hund, einen Shar-Pei, besitzt und ermordet ihn. Batemans Gewaltakte lassen sich immer wieder auf Neid und auf ein extremes – von Reagan propagiertes – Klassenbewusstsein als heterosexueller, männlicher privilegierter Teil der amerikanischen Bevölkerung reduzieren. Bateman hat kein Problem, den "verachteten", außerhalb seines Gesellschaftskreises stehenden Homosexuellen mit dem Shar-Pei zu töten. Homophobie als öffentliche Reaktion auf die immer sichtbarer werdende Homosexuellenszene und auf plötzliche Brüche in den gesellschaftlichen Realitäten hat die 1980er-Jahre geprägt. Nach dem amerikanischen Sozialphilosophen und Autor Norman O. Brown ist Sigmund Freuds Konzept der "Repression", deren Wesen und Funktion darin liege, etwas zurückzuweisen bzw. aus dem Bewusstsein zu verbannen, grundlegend, da sie in ihrer dynamischen Struktur einen psychischen Konflikt, einen Konflikt zwischen dem Unbewussten und dem Bewussten (im Leben manifestiert) anzeigt:

[it] lies in the refusal of the human being to recognize the realities of his human nature. The fact that the repressed purposes nevertheless remain his is shown by dreams and neurotic symptoms, which present an irruption of the unconscious into consciousness, producing not indeed a pure image of

the unconscious, but a compromise between the two conflicting systems, and thus exhibiting the reality of the conflict.<sup>1224</sup>

Auf die Beziehung zwischen Individuum und Gesellschaft umgemünzt, würde die Repression darin ihren Ausdruck im Konflikt ihrer Handlungssysteme nach dem 'pleasure-principle' und dem 'reality-principle' finden: Nach Brown sei alles Handeln und Streben des Individuums nach dem Glück und der Vermeidung von Schmerz ausgerichtet, was aber mit seiner Lebensrealität, der Realität der Welt (im Außen), die auf den Verzicht von Lust/Freuden ausgerichtet ist, kontinuierlich kollidieren würde. Das wird auch über die Beziehung zwischen "Bateman" (und seiner individuellen, unterdrückten Homosexualität) und seinem "Yuppie-Kollegenkreis" (mit seiner zwanghaften Gleichsetzung/Uniformierung des Einzelnen in der Gruppe) beim Thema Homosexualität, die negativ gewertet, verurteilt und verhöhnt wird, evident und gespiegelt: Nach Freud, so Brown, liege das Wesen der Gesellschaft in der Unterdrückung des Individuums und das Wesen des Individuums in der Unterdrückung seines Selbst:

For if society imposes repression, and repression causes the universal neurosis of mankind, it follows that there is an intrinsic connection between social organization and neurosis. Man the social animal is by the same token the neurotic animal. Man's superiority over the other animals is his capacity for neurosis, and his capacity for neurosis is merely the obverse of his capacity for cultural development.<sup>1225</sup>

Batemans psychopathisches Dasein und seine gleichzeitig zwanghafte gesellschaftliche Anpassung ist damit pessimistische Zeitkritik und gesellschaftspolitische Bestandsaufnahme des Autors zugleich. Siehe *Condom* und *Unsafe sex*

### **Air Jamaica**

Eine jamaikanische Fluglinie, die 1968 aus einem Projekt der jamaikanischen Regierung mit Air Canada hervorging und dabei den Namen einer in den frühen 1960er-Jahren mit BOAC und BWIA operierenden internationalen Fluglinie übernommen hat.

### **Aiwa**

Ein japanisches Unternehmen für Audiogeräte und -zubehör, von der gleichnamigen Firma 1951 gegründet. 1980 schuf Aiwa den ersten Stereokassettenrecorder – das Konkurrenzunternehmen Sony Corporation war 1982 bereits Mehrheitsbesitzer – und expandierte weiter im Multimediabereich. Die hohe Innovationskraft der Firma sowie wirtschaftliche Veränderungen führten zu großen Schwierigkeiten in den 1990er-Jahren, sodass Sony Corporation 2002 das gesamte Unternehmen übernahm, um 2003 eine neue Markenstrategie mit neuen Elektronikprodukten zu fahren.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **AK-47**

Eine Produktbezeichnung für ein vom russischen Waffenkonstrukteur Michail Kalaschnikow 1947 entworfenes Sturmgewehr. Der in *American Psycho* erwähnte Name "Harrison" verweist allerdings auf das älteste (seit 1770) Produktionsunternehmen von Sportwaffen in England Cogswell & Harrison und ist ein kleiner Kunstgriff des Autors Bret Easton Ellis.

Siehe *WAFFEN in den 1980ern*

### **Akai**

Eine japanische Marke für elektronische Musikinstrumente, die 1929 als Unternehmen für Radiobestandteile und -elektronik gegründet wurde und 1984 ihren weltweiten Marktdurchbruch feierte.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Akers, John**

Ein US-amerikanischer Geschäftsführer und Vorstandsvorsitzender von IBM in den 1980ern, der 1993 von seinem Vorstand gekündigt wurde. John F. Akers (\* 1934, † 2014) war ein erstes Beispiel für eine Entwicklung ab Anfang der 1990er-Jahre in den USA, wonach Vorstandsvorsitzende großer (Aktien-)Unternehmen erstmals für deren Erfolg oder Misserfolg, welcher über positive oder negative Bilanzen und/bzw. den Aktienkurs gemessen wurde, persönlich zur Rechenschaft gezogen werden. Diese Entwicklung hatte wiederum mit dem Entstehen von neuen Unternehmen – wie den Pensions- und öffentlichen Investmentfonds – zu tun, an denen nun viele Kleinaktionäre und -aktionärinnen beteiligt

<sup>1224</sup> Norman O. Brown, *Life Against Death: The Psychoanalytic Meaning of History* (Middletown: Wesleyan University, 1970) 4 f.

<sup>1225</sup> Ebda., 9 f.



sind. Mit seinem Ruf der Unberechenbarkeit ist Akers ein viel zitiertes Beispiel für das Scheitern eines Traditionsunternehmens durch eine falsche Geschäftspolitik in der wichtigsten Umbruchphase der Computerbranche: IBM galt als Traditionshaus, dessen Stärke – beim Verleihen von Computern und Zubehör – der exzellente Service war. Zum Image von IBM – unter den 850 größten Unternehmen der USA – gehörten ein sicherer Arbeitsplatz, der manchmal über Generationen weitergegeben wurde und zufriedene Angestellte. Um der wachsenden Konkurrenz durch Bill Gates mit Microsoft und anderen Unternehmen gewachsen zu sein, musste IBM Anfang der 1980er-Jahre sowohl technologisch als auch marketingpolitisch neue Wege gehen. Akers entschied sich zunächst, den Leihservice von Großcomputern auf den Verkauf von Computern umzustellen, ohne auf die internen Auswirkungen bei den Angestellten zu achten. Zugleich begann er das Unternehmen auch zu verschlanken, was zu sinkender Loyalität und mehr Unzufriedenheit bei den Angestellten wie bei der Kundschaft führte; zeitgleich mit den Konkurrenzprodukten ging auch die Nachfrage nach Großcomputern zurück. Auf die neuen technologischen Herausforderungen im angebrochenen Computerzeitalter reagierte IBM unvorbereitet und zu langsam und sollte Anfang der 1990er-Jahre die größte wirtschaftliche Krise seit seiner Gründung 1911 erleben.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Akita**

Eine japanische Hunderasse von sehr langer Tradition, die aufgrund ihres hohen sozialen Status zum Kulturgut Japans gehört. Der Akita gilt als ruhiger und treuer "Nationalhund". Seit dem Zweiten Weltkrieg gibt es auch den American Akita, der größer gezüchtet wurde und einen starken Jagdinstinkt besitzt.

Siehe *HUNDE in den 1980ern*

### **Alain Mikli**

Ein armenischer Brillendesigner aus Paris (\* 1955), der mit farb- wie formmäßig ausgefallenen, eleganten Kreationen seit den 1980er-Jahren international Furore macht. Film- und Musikstars tragen seine Eigenkreationen. Mikli kommentiert mit seinem Brillendesign "Alain Mikli" Mode und entwirft für Modeschöpfer sowie für den Designer Philippe Starck.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Alan Flusser**

Ein US-amerikanischer Modeschöpfer (\* 1945) eleganter Herrenmode aus italienischem Qualitätsmaterial im englischen Stil. Flusser wurde 1983 für seine Bücher *Making The Man* und *Clothes and the Man* über Auftritt und Kleidung eines Mannes und die Herrenmode der Cutty Sark Award, der Oskar der Modeindustrie, verliehen. Flussers Geschäft an der New Yorker 5<sup>th</sup> Avenue gilt als eine Anlaufstelle für das "Who's Who" der Geschäftswelt und des Showbusiness; Flusser kleidete auch Michael Douglas als Gordan Gekko im Yuppie-Kultfilm von 1987 *Wall Street* ein.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Alex Goes to Camp**

Ein Designer-Restaurant im California-Stil an der 1438 3<sup>rd</sup> Ave und 81<sup>st</sup> Street in Manhattan/New York seit 1989.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Alexander Julian**

Ein US-amerikanischer Modedesigner (\* 1948), der Anfang der 1970-Jahre konventionelle Herrenbekleidung mit neuen Formen und Farben kombinierte und für seine 1981 entworfene "Colours by Alexander Julian"-Herrenkonfektionslinie bekannt wurde, aber auch Einrichtungsgegenstände entwirft.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **ALF**

Eine von 1986–90 gesendete US-amerikanische Sitcom auf NBC, zunächst mit einem sprechenden Orang-Utan, später mit einem Außerirdischen als Hauptcharakter. ALF, ein Akronym für "Alien Life Form", ist ein altkluges, pelzbehaartes, kleines, 229 Jahre altes Wesen, das in einer Garage gelandet ist und von einer Vorstadtfamilie, deren Haustier, eine Katze, er verspeisen möchte, aufgenommen wird und von da an aus der familiären Häuslichkeit die amerikanische Kultur kommentiert. Der Erfolg ALFs, der vom Kleinwüchsigen Michu Meszaros im ALF-Kostüm gespielt und von Paul Fusco vertont wurde,

fürhte zu *ALF Tales*, einem Cartoon, in dem ALFs früheres Leben auf dem Planeten Melmac porträtiert wird.

### **All We Need of Hell**

Ein 1987 erschienener Roman des US-amerikanischen Schriftstellers und Essayisten Harry (Eugene) Crews (\* 1935, † 2012) und Vertreters der Southern Gothic-Literatur über einen erfolgreichen Anwalt aus Florida, Duffy Deeter, dessen tödlich-schaurige Fantasien die Körperindustrie in den 1980er-Jahren und eine heile Welt kommentiert.

Siehe *KÖRPERKULT in den 1980ern*

### **All-Bran**

Eine US-Marke für Frühstücksflocken der Kellogg's Company.

### **Allen, Woody**

Einer der wichtigsten US-amerikanischen Filmregisseure und Komiker der Nachkriegszeit (\* 1935) mit bürgerlichem Namen Allen Stewart Königsberg aus Brooklyn in NY und von jüdischer Herkunft. Ganz in der Tradition eines Charlie Chaplin verfasst auch Woody Allen seine Drehbücher selbst, führt Regie und spielt mit. Obwohl Ellis auf eine "leichte Komödie" Woody Allens anspielt (AP 112), sind seine Filme – Witziges wird liebevoll betrauert – in aller Leichtigkeit "schwere Kost": Schauplatz ist meist Manhattan mit dem neurotischen, modernen Großstadtmenschen Woody Allen in der Hauptrolle des menschlich gescheiterten Intellektuellen. Allen, ein begeisterter Jazzmusiker und mehrfacher Filmpreisträger, produzierte über 25 Filme als Autor und Regisseur, verfasste Theaterstücke, Erzählungen und Kolumnen, hatte Gastauftritte und wurde über 20-mal für den Academy Award nominiert. In den 1980er-Jahren entwickelten sich seine Komödien zu Tragikomödien, und er experimentierte mit dem Format "Film". Zwischen 1986 und 1989 erschienen sechs Woody Allen-Filme, darunter *Hannah and her Sisters*, *Radio Days*, *New York Stories* und *Crimes and Misdemeanors*.

### **Allen-Edmonds**

Eine US-amerikanische Schuhmarke für strapazierfähige, elegante Männerschuhe, bekannt für ihren Service. In den 1980er-Jahren wurde das 1922 von Elbert W. Allen und William Edmonds in Belgium, Wisconsin, gegründete Familienunternehmen, welches seinen Durchbruch mit der Kriegsindustrie im Zweiten Weltkrieg hatte, verkauft.

Siehe *Susan Bennis/Warren Edwards* und *MODE in den 1980ern*

### **Allsop Inc.**

Ein US-amerikanisches Familienunternehmen für technisches Zubehör im Elektronik-, Freizeit- und Computerbereich seit 1964, das mit vielen Patenten auch für die Erfindung des klassischen (Plastik-)Schischuhs steht.

### **ALM**

Eine karibische Fluglinie der niederländischen Antillen ALM Antillean Airlines und ehemalige Tochtergesellschaft der KLM Royal Dutch Airlines, die zwischen 1964 und 2001 als Regionallinie von Curaçao aus in der Karibik und in Südamerika, den USA und in anderen Destinationen tätig war und in den 1980er-Jahren defizitär zu wirtschaften begann.

### **Alpenwasser, Allgäuer**

Ein natürliches Mineralwasser aus den Alpen im bayrischen Allgäu in Deutschland.

### **Alzheimer**

Eine fortschreitende Demenz-Erkrankung des Gehirns, die mit einer abnehmenden Gehirn- und Gedächtnisleistung einhergeht und vom deutschen Psychiater Alois Alzheimer erstmals 1906 beschrieben wurde. Die Krankheit Alzheimer tritt im Alter auf und äußert sich zunächst in Erinnerungsverlust und Vergesslichkeit sowie in Antriebslosigkeit bis hin zum gänzlichen Verlust der kognitiven Fähigkeiten. US-Präsident Ronald Reagan starb 2004 an Alzheimer.

### **AM**

Eine Abkürzung für "Amplitudenmodulation" (engl. *amplitude modulation*), eine Technik, bei der über die Veränderung der Amplitude der Trägerschwingung elektronische Signale wie beispielsweise eine Audiofrequenz übertragen werden.

Siehe *FM*

### **American Airlines**

Eine US-Fluglinie seit 1934.

### **American Express (AmEx)**

Ein US-amerikanisches Kreditkartenunternehmen. Der extensive Kreditkartengebrauch, der auch von Bateman und seinen Yuppie-Kollegen und -Kolleginnen in *American Psycho* bestens demonstriert wird, war ein Merkmal der 1980er-Jahre, des Zeitalters des Hyperkonsumismus. Bateman besitzt eine *platinum* AmEx, mit der er nicht nur eine Gesichtslotion (AP 223), sondern auch Drinks und Essen bezahlt (AP 51). Mit der Aussage "I'll just charge it" belegen Kreditkarten seit ihrer Einführung Ende der 1950er-Jahre auch den grundlegenden Wandel der AmerikanerInnen beim Umgang mit Geld. Das Plastikgeld als amerikanische Erfindung geht in seinen Ansätzen bis aufs Ende des 19. Jahrhunderts zurück. Die heute bekannte "Universalkarte" wurde 1958 von American Express eingeführt, hatte aber schon eine Vorreiterin mit der Diners Club-Karte (1949), wo das Unternehmen zwischen KäuferInnen und Käufern und dem Handel bereits "vermittelte". In den 1960er-Jahren setzten sich durch den breiten Konkurrenzkampf die Universalkarten verschiedener Unternehmen als Zahlungsmittel durch und belegen seither die weitere Entfremdung vom Kaufakt selbst: Das Produkt wird nicht mehr mit Geldscheinen getauscht, sondern per Kreditkarte imaginär vom Konto abgebogen. Das Einkaufen ist somit einfach und unkompliziert wie noch nie, ein Überblick über die eigene finanzielle Lage wiederum schwieriger denn je geworden und eine Kontrolle über die Ausgänge zugleich sehr zeitaufwändig, was einem "schnellen und intensiven" Leben im Zeitalter des Hyperkonsumismus auch widersprechen würde. Diese exzessive Kreditkartennutzung der 1980er ging – von der Schulden- und Leihmentalität der US-Regierung ermuntert – auch auf Private über: Kleine wie große Finanzierungen wurden nun zunehmend mit Kreditkarten beglichen. Mitte der 1980er-Jahre besaßen die AmerikanerInnen – insbesondere Yuppies – durchschnittlich mehrere Kreditkarten, welche manchmal bis zu 20 % verzinst waren. Sie galten als Statussymbole, die mit verschiedenen Farben und Namen wie etwa "goldene" oder "platinum AmEx" Einkommensstufe und Kreditwürdigkeit seiner Besitzerin bzw. seines Besitzers und deren bzw. dessen "Wert" manifestierten. Kreditkarten wurden in den 1980er-Jahren, wie auch in *American Psycho* beschrieben (AP 198), unter anderem zum Zerkleinern und Portionieren von Kokain verwendet.

### **American Felt Building**

Ein 1906 errichtetes historisches New Yorker Gebäude mit einer markanten Kalksteinfassade. Es stellt als solches ein Überbleibsel des alten New Yorks inmitten luxuriöser Neubauten der 1980er-Jahre dar. Im Zuge eines Gesamtanierungskonzeptes in jenem Gebiet wurde das American Felt Building 1984 zu einem Wohnkomplex umfunktioniert.

### **American Music Awards**

Eine 1973 von Dick Clark geschaffene Musikauszeichnung in den USA, deren GewinnerInnen durch die Musik-KäuferInnen gewählt werden. Die American Music Awards (AMAs) sind mit den Grammy Awards, den Billboard Awards und der Rock and Roll Hall of Fame Induction Ceremony eines der vier großen Musikpreis-Events in den USA, die Prestige und hohe Einschaltquoten bringen.  
Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Amstel Light**

Eine holländische Biermarke seit 1870. Vom Bierunternehmen Heineken in der Light-Version erzeugt, sprach die Marke insbesondere das Gesundheitsbewusstsein von Yuppies in den 1980er-Jahren an.

### **Anderson & Sheppard**

Eine britische Maßschneiderei auf der Londoner Savile Row, die bereits Fred Astaire einkleidete und für ihre weich fallenden Schnitte und locker fallende Ausfertigung bekannt ist.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Andover**

Ein unabhängiges, exklusives US-amerikanisches Privatgymnasium, das als Phillips Andover Academy, kurz Andover 1778, in Andover, Massachusetts, von Samuel Phillips, Jr. während der Amerikanischen Revolution gegründet wurde. "Andover" ist die ältere Internatsschule der beiden voneinander unabhängigen Phillips Academies (Phillips Exeter Academy, gegründet 1781) und auch die älteste der Vereinigten Staaten mit George Bush Senior als einem ihrer prominentesten Abgänger. Ziel der Internatsschule war es von Anfang an "to educate youth from every quarter" (Gründer: Samuel Phillips,

Jr.). Durch den Zusammenschluss mit der Abbot Academy, der ersten New England Internatsschule für Mädchen (seit 1829), wurden ab 1973 auch Mädchen zur Phillips Andover Academy zugelassen.<sup>1226</sup>

### **Andra Gabrielle**

Eine US-amerikanische Modeschneiderin, die als Selfmadefrau für ihre – an den viktorianischen Stil angelehnte – handgefertigte Unterwäsche und Abendkleider aus Seide und Chiffon für Edelkaufhäuser wie Bloomingdale's in New York bekannt wurde.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Andrea da Merano**

Ein italienischer Spitzenkoch (\* 1932, † 1993), Restaurateur und Hotelier aus der Stadt Meran (it. Merano) in dem ehemals zu Österreich gehörenden Südtirol (it. Alto Adige/Sud Tirolo), der auf Ruf des Restaurantbesitzers Tony May 1986 die Haute Cuisine (*alta cucina*) Italiens nach New York ins "Palio" brachte und dabei seinen deutschen Namen Andreas Hellrigl auf das italienisch klingende "Andrea da Merano" änderte. Der ehemalige Bauernbub aus dem Vinschgau an der Grenze zur Schweiz bekochte nach internationalen Lehrjahren in seinem Restaurant "Da Andrea" und später in seiner Villa Mozart in Meran viele Jahre lang prominente Gäste. Hellrigl gilt als Pionier der Südtiroler Küche, indem er die schwere Bauernküche mit ihren Wurzeln in der Österreichischen und Schweizer Küche mit der Italienischen zusammenführte und *nouvelle cuisine*-mäßig verfeinerte. Besonders aufgefallen war das Ausnahmetalent Hellrigl mit seiner leichten, regional und innovativ interpretierten traditionellen Küche auf höchstem Qualitätsniveau, als der Spitzenkoch 1985 die Regierungsverantwortlichen der damaligen EG-Staaten beim Gipfeltreffen in Mailand im Castello Sforzesco bekochte. Sein Tod durch Krebs 1993 löste tiefe Betroffenheit in der (internationalen) New Yorker Gastronomieszene aus.

Siehe *Palio* und *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Andrew Fezza**

Ein italoamerikanischer Modeschöpfer (\* 1955) und gleichnamige Marke für vor allem Herrenmode, die wegen ihrer weich fallenden Silhouetten und der Kombination mit ungewöhnlichen Materialien an Giorgio Armani erinnert.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Angela Cummings**

Eine in Österreich geborene US-amerikanische Edelschmuckdesignerin (\* 1944), die zunächst für Tiffany und ab 1983 ihre eigenen Schmucklinien, welche auch Porzellan und Silberschmuck umfassten, kreierte. Angela Cummings Schmuck wird in einer eigenen Boutique bei Bergdorf Goodman in New York, bei Takashimaya in New York und Tokyo sowie in den USA bei Bloomingdale's und Neiman Marcus vertrieben; Cummings arbeitet eng mit Shiseido in Japan zusammen.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Anne Klein**

Eine US-amerikanische Marke für einfache und zeitlose Mode für eine selbstbewusste Frau nach der gleichnamigen Modedesignerin (\* 1923, † 1974). 1968 als Unternehmen Anne Klein & Company für Sportmode gegründet, hatte das Label über Nacht Erfolg. Als die mehrmals ausgezeichnete Modeschöpferin unerwartet verstarb, produzierten daraufhin viele namhafte Designerinnen und Designer, unter anderem auch Donna Karan, unter dem Namen Anne Klein weiter.

Siehe *Donna Karan*; *Louis Dell'Olio* und *MODE in den 1980ern*

### **Anorexia**

Eine Krankheit, die wortwörtlich "Appetitlosigkeit" bezeichnet und auch durch Drogen bzw. Medikamente ausgelöst werden kann. Ist diese Krankheit psychisch bedingt, handelt es sich um Magersucht oder Anorexia nervosa. Mit dem forcierten Körperbild und Schönheitsideal in Film, Fernsehen, Mode und Musik seit den 1980er-Jahren hat diese Form der Essstörung bei (jungen) Frauen und Männern stark zugenommen.

Siehe *Calvin Klein*

### **Antaeus**

Ein 1981 kreierte französisches Männerparfüm von Chanel mit Noten von trockenem Holz und Zitrus, das Luxus mit einem Hauch von Romantik verbinden soll.

<sup>1226</sup> "An Independent and Inclusive Coed Boarding High School," *Andover* | *an Independent and Inclusive Coed Boarding High School*, [www.andover.edu](http://www.andover.edu).

Siehe *Chanel*

### **AR-15**

Eine Abkürzung für englisch “automated rifle”, ein Sturmgewehr mit halb- und vollautomatischem Schießmodus.

Siehe *WAFFEN in den 1980ern*

### **Aramis**

Ein Herrenduft der US-amerikanischen Estée Lauder Companies seit 1963, der Männlichkeit und Klasse verspricht. Der Verkauf dieser ersten hochpreisigen Männerparfümmarke und -linie über Kaufhäuser und -ketten führte zu ihrem Durchbruch auf dem US-Parfümmarkt für Herren.

Siehe *Tuscany Per Uomo*

### **Arcadia**

Ein kleines, feines New Yorker Restaurant mit saisonaler amerikanischer Küche an der Upper East Side zwischen 1984 und 1998, das die *self-made woman* und Köchin Anne Rosenzweig, die für ihr Hummer-Clubsandwich und ihren Schokoladenbrot pudding in der Gourmetwelt New Yorks berühmt geworden war, mit dem Geschäftspartner Ken Aretsky eröffnet hatte. Patrick Bateman erwähnt in *American Psycho* ein Restaurant namens Barcadia, was eine Anspielung auf Arcadia sein könnte.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Arista Records**

Eine US-Plattenmarke, die als gleichnamige Firma von Clive Davis 1975 gegründet worden und bis dahin als eine der vier Bell Records Plattenfirmen bekannt war. 1979 kauft die 1835 gegründete deutsche und heute internationale Mediengruppe Bertelsmann im Zuge ihrer weltweiten Expansion Arista Records. Als Marke in der Sony BMG (Bertelsmann Music Group) Music Entertainment steht Arista Records für sehr unterschiedliche Musikstile und -interpreten. 2004 gibt es weltweit nur mehr vier große Plattenfirmen (Sony BMG Music Entertainment, Universal Music Group, Warner Music Group und EMI Group), die im Laufe der Jahre durch Übernahmen und Fusionen kleinere Plattenfirmen mit ihren Marken übernommen haben und sich den Markt mit einigen kleinen Plattenlabels im Nischenbereich teilen.

Siehe *Atlantic Records* und *Chrysalis Records*

### **Arizona 206**

Ein New Yorker Restaurant von 1987 bis 1991 an der Upper East Side/Manhattan mit moderaten Preisen, das sich auf noble südwestamerikanische, brasilianische und italienische Küche spezialisiert hatte.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Armani, Giorgio**

Ein italienischer Modedesigner (\* 1934), der mit einem zurückhaltenden und zeitlosen Stil sowie mit dem “locker” geschnittenen Blazer nicht nur einen Klassiker für Frauen kreierte, sondern die Mode in den 1980er-Jahren an der Wall Street entscheidend mitprägte. Nach dem Abbruch seines Medizinstudiums und Lehrjahren bei Nino Cerruti begann Giorgio Armani als freier Modedesigner zu arbeiten. Sein zusammen mit Sergio Galeotti 1975 gegründetes Designstudio Giorgio Armani S.p.A. wurde 1981 mit Emporio Armani erweitert, einer Linie, die Jeans, Damenwäsche, Herrenwäsche & Accessoires umfasste und von da an in eigenen Geschäften vertrieben wurde.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Art of the Deal, The**

Eine 1987 erschienene Autobiografie von Donald Trump und *New York Times Bestseller*, geschrieben mit Tony Schwartz, der Trump zwei Jahre begleitet hatte.

Siehe *Trump, Donald*

### **Arugula**

Ein in der italienischen Küche beliebtes Gemüse namens “rucola” oder auf Deutsch “Rauke”, das als Salat oder Gewürz verwendet wird.

### **ASAP**

Eine Abkürzung für englisch “as soon as possible”, so bald als möglich.

### **Ascot Chang**

Ein chinesischer Herrenhemden-Designer in Hong Kong, der nach Lehrjahren in Shanghai und der Eröffnung seines Ateliers in Hong Kong im Jahr 1953 seine Kunst der Fertigung individueller Herrenhemden in den 1980er-Jahren in die USA exportierte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Ashear Bros.**

Ein exklusives New Yorker Geschäft an der 10 E 40<sup>th</sup> Street für Herrenmode dieser Marke.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Aspen**

Ein weltberühmter Wintersportort und kulturelles Zentrum (Aspen Music Festival and School) in Pitkin County, Colorado. Namensgebend für Aspen waren die gleichnamigen Bäume, die Espen oder Zitterpappeln. Aspens Entwicklung seit Mitte des 19. Jahrhunderts geht auf die Silberproduktion zurück. In den 1970er-/80er-Jahren wurde Aspen als idyllischer Wintersportort der High Society und des Jetsets entdeckt.

### **Aspirin**

Ein seit 1899 im Handel befindliches Medikament mit dem Wirkstoff Acetylsalicylsäure, welches antirheumatisch, fiebersenkend und schmerzstillend sowie blutverdünnend wirkt.

### **Astor, Brooke**

Eine der einflussreichsten Gesellschaftsdamen der USA im 20. Jahrhundert (\* 1902, † 2007), die als Präsidentin der Vincent Astor Foundation ein modernes, vorbildhaftes städtisches Bibliothekswesen aufbaute. 1998 wurde Brooke Astor hierfür die Presidential Medal of Freedom verliehen, die die höchste zivile Auszeichnung der USA darstellt.

### **AT&T Building**

a) Ein historisches Gebäude im Art Déco-Stil an der 32 6th Avenue in New York; es wurde Anfang der 1930er-Jahre für das Telekommunikationsunternehmen AT&T, mit langjährigem Monopol in den USA, als Symbol der Verbindung der amerikanischen Bundesstaaten – ganz im Sinne ihres ursprünglichen Slogans “Service to the nation in peace and war” – errichtet.

b) Ein weiteres, 1979 für AT&T von den US-amerikanischen Architekten Philip Johnson und John Burgee entworfenes und in vier Jahren Bauzeit fertiggestelltes Gebäude an der Madison Avenue zwischen der 55. und 56. Straße; der 1992 an Sony verkaufte Wolkenkratzer mit seinen historischen Anleihen gilt als Symbol postmoderner Architektur. Das spätere Sony Building wird auch als “Chippendale Skyscraper” bezeichnet, und zwar wegen seines Daches, das an eine Chippendale-Uhr aus dem 18. Jahrhundert erinnert.

### **Atlanta**

Hauptstadt des US-Bundesstaates Georgia mit einer schwarzen Bevölkerungsmehrheit und dem in den 1980er Jahren weltweit größten Flughafen-Terminal.

### **Atlantic Records**

Eine US-Plattenmarke (Atlantic Recording Corporation), die 1947 von dem türkischstämmigen Musikstudenten und -freak Ahmet Ertegun und mit Herb Abramson als unabhängige Plattenfirma gegründet wurde und in den 1960er-Jahren vor allem Jazz- und Pop-Gruppen produzierte und weitere Plattenfirmen darin integrierte. 1967 wurde die Firma von Warner Bros.-Seven Arts übernommen und ist 2004 Teil der Warner Music Group, die neben der Universal Music Group, EMI Group und Sony BMG Music Entertainment der vierte Plattenriese weltweit ist.

Siehe *Arista Records* und *Chrysalis Records*

### **Atlantis**

Ein in den 1980er-Jahren angesagter Club der alternativen Musik-Szene in Washington, D.C.

### **Au Bar**

Ein nobler Supper-Club im Stil eines British-Gentlemans und mit jazziger Pianobar-Atmosphäre an der 41 East 58<sup>th</sup> Street in New York, der 1988 von Howard Stein, einem legendären Rockclubbesitzer in den 1970er-Jahren, Radio-Moderator und schrillen Medienstar eröffnet wurde und heute geschlossen ist.

Einzigster Hinweis auf den Eingang ins Bürogebäude war ein Seil aus Samt mit Türstehern im Anzug. Die Gäste variierten auch in diesem Club mit Abendrestaurant nach Uhrzeit.  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Aubert, Patrick**

Ein französischer Modeschöpfer, der 1986 für das Modehaus Balmain des gleichnamigen Modedesigners und Gründers aus Paris Pierre Balmain (\* 1914, † 1982) die erste hochpreisige Prêt-à-porter-Herrenmode-Kollektion kreierte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Aubusson**

Ein handgewebter Teppich aus 100 % reiner Schafswolle, der erstmals im 18. Jahrhundert in der französischen Provinz Aubusson hergestellt wurde. Im Gegensatz zu klassischen Orientteppichen zeichnen sich diese Teppiche durch weiche Pastelltöne und eine ruhige Musterung aus und waren wegen ihrer einzigartigen Kombination mit dem damaligen Stilmobiliar aus Holz besonders von den französischen Monarchen geschätzt. Ab Mitte des 20. Jahrhunderts hat diese Kunst der Aubusson-Weberei besonders in Europa und in den USA einen Aufschwung erlebt.

### **Autism**

Eine psychische Krankheit, Autismus, die als "tiefgreifende Entwicklungsstörung" von "starker Selbstbezogenheit und Rückzug im sozialen Verhalten und Störungen in der Kommunikation" gekennzeichnet ist und "2–4 von 10000 Kindern" betrifft; Jungen etwa dreimal häufiger als Mädchen. Nach dem Schweregrad werden "psychogener und somatogener Autismus sowie das Kanner- und das Asperger-Syndrom" unterschieden.<sup>1227</sup>

### **AUTO in den 1980er-Jahren: Ausländische Produktionsunternehmen erobern den US-Markt**

In einem epileptischen Anfall versucht sich Patrick Bateman mit der Auto-Produktinformation "*The best engine is in the BMW 750iL*" (AP 151) zu kontrollieren; an anderer Textstelle verkörpert ein Porsche 911 sein Wunschobjekt. Bei seiner Flucht durch Manhattan wiederum möchte Bateman einen "black Range Rover" stehlen, und zwar einen mit einem "aircraft-grade aluminum body on a boxed steel chassis and a fuel-injected V-8 engine" (AP 350). Aber auch ein Volvo und ein "red Lamborghini Countach" (AP 113) gehören zu Batemans Wunschobjekten, die auch hier wiederum eine Entwicklung der 1980er-Jahre in punkto *hipness* demonstrieren: So setzte sich der deutsche BMW mit seiner US-Einführung in den 1970er-Jahren sofort als Statussymbol durch und sollte 10 Jahre später das (ob des deutschen Images der Zuverlässigkeit) "solide" Gebrauchsauto für Yuppies verkörpern; dafür steht auch der BMW 320i, den Bateman erwähnt (AP 164). Der 750iL – Langversion (L) – war zudem das Topmodell der BMW-7-er Reihe, der Limousinen in der Oberklasse von BMW. Der Porsche 911 – ein zweisitziger Sportwagen – wiederum war ein Designerstück besonderer Klasse, sozusagen der Prestigewagen eines Yuppies, der seiner Besitzerin bzw. seinem Besitzer ein sportliches Image verlieh. Alle Wagen sind europäischer Herkunft und belegen ihren damaligen Marktdurchbruch in den USA. Das Auto selbst war seit der Ausbildung der Konsumgesellschaft das amerikanische Statussymbol Nummer 1 in der Selbstbestätigung des erreichten ökonomischen Wohlstands und damit zum Prestigeträger schlechthin geworden: Wurde das erste benzinbetriebene und in Europa konstruierte Auto auf der World's Columbian Exposition in Chicago 1893 noch "als eine neue technologische Errungenschaft des Fortschritts und der Modernität präsentiert", trug das erste industriell gefertigte Auto, das Modell T von Ford, Anfang des 20. Jahrhunderts grundsätzlich zur Etablierung der amerikanischen Konsumgesellschaft bei.<sup>1228</sup> Das Auto als Teil des Frontiermythos wurde sofort mit den "amerikanischen Grundwerten wie Freiheit und Unabhängigkeit sowie Individualismus" gleichgesetzt; und die Einführung eines "jährlichen Modellwechsels" mit der Schaffung verschiedener Preisklassen durch General Motors sollte gemeinsam mit dem Automobildesign in den 1950ern eine differenzierte Wahrnehmung des Autos in der Mentalität der Konsumentinnen und Konsumenten bewirken.<sup>1229</sup> Das Auto war vom einfachen und preisgünstigen Transportmittel in den 1920er-Jahren zum erkennbaren

---

<sup>1227</sup> "Seitentitel." *Bundesverband Autismus Deutschland e.V.*, [www.autismus.de](http://www.autismus.de) und vgl. die Leitlinien der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendpsychiatrie und -psychotherapie: Tiefgreifende Entwicklungsstörungen. AWMF-Leitlinien-Register Nr. 028/018 (Stand: 05/2003)

<sup>1228</sup> Vgl. Wersich, 114 f.

<sup>1229</sup> Ebda.

Symbol von Wohlstand und Macht, aber auch zum Ausdruck der eigenen Individualität geworden.<sup>1230</sup> „Über seine Funktion als Transport- und Gebrauchsgegenstand [war das Auto] zu einer kulturellen Ausdrucksform“<sup>1231</sup> mutiert und ist damit bis heute zum bedeutendsten Massenprodukt der amerikanischen Konsumgesellschaft avanciert.<sup>1232</sup>

### **Aviator**

Eine klassische Brillenlinie der US-amerikanischen Sonnenbrillenmarke Ray Ban von Bausch & Lomb. Siehe *Ray Ban* und *Wayfarer*

### **Aykroyd, Dan**

Ein kanadischer Schauspieler (\* 1952), Drehbuchautor, Produzent, Regisseur und vor allem Komiker. Seinen Durchbruch hatte Dan (Edward) Aykroyd als Mitbegründer und -wirkender der Fernsehserie „Saturday Night Live“ (1975–79), wofür er 1977 einen Emmy Award erhielt. Seine Bekanntschaft mit dem US-amerikanischen Sänger und Schauspieler John Belushi führte zur Gründung der legendären Blues Brothers Band und zum späteren legendären Kultfilm *Blues Brothers* (1980). In den 1980er-Jahren wirkte Aykroyd in verschiedenen Charakterrollen an einer Vielzahl von Filmen mit (es waren knapp 20 – von *Ghostbusters I und II*, *Indiana Jones* zum Melodram *Driving Miss Daisy*; für letzteren erhielt Aykroyd 1990 eine Oscar-Nominierung als bester Nebendarsteller). Allein zwischen 1987 und 1989, dem Handlungszeitraum von *American Psycho*, spielte der Schauspieler in mindestens sechs Komödien mit, auf die Ellis auch immer wieder anzuspielden scheint.

## **B**

### **Babar**

Eine Figur aus der französischen Kindermärchenserie „Histoire de Babar, le petit elephant“ (1931) von Jean de Brunhoff. Nach dem Tod seiner Mutter verlässt Barbar den Dschungel und kommt in die ihm unbekannte, von Menschen bewohnte Stadt und erlebt verschiedene Abenteuer.

### **Baccarat**

Eine französische Marke für edles Kristallglas aus dem französischen Ort Baccarat seit 1764, dessen gleichnamiges Unternehmen mit Sitz in Nancy an der New Yorker Madison Avenue eine Hauptfiliale und Verkaufsausstellung hat. Bateman erwähnt die moderne und in den 1980er-Jahren populäre exklusive Linie, die auf die Form der Kathedrale St. Rémy in Baccarat zurückgeht, mit „a St. Rémy wine glass I got from Baccarat“ (AP 28).

### **Back to the Future**

Eine US-amerikanische Abenteuerkomödie (1985) des Regisseurs Robert Zemeckis mit Michael J. Fox in der Hauptrolle des 17-jährigen Marty McFly, der mit der Zeitmaschine seines Wissenschaftler-Freundes Doc Brown plötzlich 30 Jahre zurück ins Jahr 1955 katapultiert wird und sich seine eigene Zukunft schaffen muss, um wieder in die 1980er-Jahre zurückkehren zu können. *Back to the Future* war der kommerziell erfolgreichste Film in dem Erscheinungsjahr. Zwei Songs im Soundtrack zum Film stammen von *Huey Lewis and The News*, und zwar „The Power of Love“ und „Back in Time“. Siehe *Fox, Michael J.*

### **Bahamas**

Ein Inselstaat im Atlantischen Ozean, der sich von der Ostküste Floridas bis nach Haiti zieht, Teil der Karibik und ein beliebiger Urlaubsort der 1980er-Jahre ist. Siehe *Caribbean*

### **Bahamasair**

Eine nationale Fluglinie der Bahamas, welche mit der Unabhängigkeit der Bahamas von Großbritannien 1973 gegründet wurde.

<sup>1230</sup> Emma Rothschild, *Paradise Lost: The Decline of the Auto-Industrial Age* (New York: Random House, 1973) 247.

<sup>1231</sup> Wersich, 114.

<sup>1232</sup> Vgl. ebda., 115; Lebergott, 23 ff.



**Baker, James A.**

Ein US-amerikanischer Politiker (Republikaner), Jurist und früherer Marine-Leutnant (\* 1930). Von 1985–88 stellte James A. Baker III den 67. US-Schatzminister unter Ronald Reagan, nachdem er sich von 1981–85 als "White House Chief of Staff" und in verschiedenen Beratungsgremien des Präsidenten bewiesen hatte. Bakers politische Karriere begann 1975, als er von Präsident Ford zum "Under Secretary of Commerce" ernannt wurde und zunächst Fords Wahlkampagne sowie später Vizepräsident George Bushs Präsidentschaftsnominierung von 1980 mittrug.<sup>1233</sup>

**Baker Benjes**

Eine US-amerikanische Schuhmarke der gleichnamigen Schuhmanufaktur mit Familientradition, Baker-Benjes Inc., in New York seit 1965, die 1981 zu Ralph Lauren Footwear, Inc. wird. Siehe *Ralph Lauren* und *MODE in den 1980ern*

**Baldwin**

Eine US-amerikanische Klavierflügelmarke nach dem gleichnamigen Gründer, dem Harmonium- und Geigenlehrer Dwight Hamilton Baldwin, der 1862 als Klavierhändler begann und 1891 mit dem Baldwin-Piano auf den Markt kam.

**Balsamic vinegar**

Ein Essig aus der italienischen Region Reggio Emilia und insbesondere aus Modena mit dunkelbrauner Farbe und süßsaurem Geschmack. Der "aceto balsamico" wird durch das Kochen des Mostes von spät gelesenen, weißen Trebbiano-Trauben gewonnen und monate- bis jahrelang in verschiedenen Holzfässern gelagert. Der Balsamessig wird seit den 1980er-Jahren in der Küche sehr kreativ – nicht mehr nur als Essig, in Marinaden und zum Trinken, sondern vor allem auch zur geschmacklichen Verfeinerung von Desserts und ausgefallenen Gerichten – eingesetzt.

**Banana Splits, The**

Eine US-amerikanische Show am Samstagmorgen von 1968–70 auf NBC der Hannah-Barbera Studios, *The Banana Splits Adventure Hour*, wo Liveauftritte mit Cartoons gemischt wurden. Die Live-Auftritte machten die Banana Splits, eine fiktive Rock-and-Roll-Band in Tierkostümen namens Drooper, Snorky, Bingo und Fleegle.

**Barbados**

Ein karibischer Inselstaat nordöstlich von Venezuela mit einer jahrhundertealten parlamentarischen Tradition, seit 1966 unabhängig von Großbritannien. Wirtschaftlich von der Zucker-, Rum- und Sirup-Produktion geprägt, dominieren ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts Handwerk und Tourismus das Land. Barbados war in den 1980er-Jahren wegen seiner schneeweißen Strände und hohen Lebensqualität ein beliebtes Ferienziel für US-AmerikanerInnen.

**Barker, Robert**

Ein US-amerikanischer Versicherungsmakler bei Salomon Brothers in den 1980er-Jahren. Siehe *Salomon Brothers*

**Barnes & Noble**

Ein US-amerikanischer Verlag mit Buchhandlungskette, der Anfang 2000 zum größten der USA wird. 1917 wird von William Barnes, Sohn des Initiators Charles, und G. Clifford Noble das erste Barnes & Noble-Buchgeschäft in New York eröffnet, 1932 folgt ein weiteres an der Fifth Avenue – Aushängeschild und Sitz seither. Mit einer gezielten Vermarktung von Bestsellern, Discountbüchern und dem Buchservice hat Barnes & Noble in der Folge den US-Buchhandel revolutioniert. Die 1980er-Jahre sind von Expansion und Übernahmen von US-weit tätigen Buchhandlungen wie B. Dalton Bookseller (1987) und Scribner's Bookstores sowie Bookstop/Bookstar (1989) geprägt.

**Barneys New York**

Ein 1923 eröffnetes exklusives Kaufhaus in Manhattan, New York, mit einigen US-weiten Filialen für Designermode und einer Geschenkabteilung mit ausgefallenen Einzelstücken aus aller Welt.

---

<sup>1233</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 308–9.

## Baseball

Eine traditionelle US-amerikanische Ball- und Mannschaftssportart seit Mitte des 19. Jahrhunderts mit den New York Knickerbockers von 1845 als ersten überlieferten Verein.

Siehe *Knickerbocker Club*

## Basile

Eine italienische Modemarke seit den 1970er-Jahren, die vom gleichnamigen Herrenmaßschneiderunternehmen Remo Basile gegründet wurde. Sie steht für die erste industrielle Fertigung von maßgeschneiderter, trendiger italienischer Prêt-à-porter-Herren- wie Frauenmode und wurde zum Synonym für das "Made in Italy". Das Weiterbestehen des Konfektionsunternehmens wurde Ende der 1980er-Jahre durch die Fusion mit den japanischen Firmen Mitsui und Kimbun gesichert, die Basile den japanischen Markt eröffneten.

Siehe *MODE in den 1980ern*

## Bat Time, Bat Channel

Ein sogenannter *running joke* oder wiederkehrender Witz, der auf die Batman-TV-Serie aus den 1960er-Jahren zurückgeht, wo die ZuschauerInnen mit dem bereits damals typischen "Bat"-Ausdruck in "Same Bat Time, Same Bat Channel" (AP 39) an die nächste Fernsehsendung erinnert wurden.

Siehe *Batman*

## Batman

Ein US-amerikanischer Comic-Held, der 1939 vom Künstler und Schriftsteller Bob Kane für die Ausgabe 27 der *Detective Comics* kreiert wurde. Seit den späten 1940ern war *Batman* auch als Gast in der Radiosendung eines weiteren *caped crusader* (auf Deutsch etwa "verhüllten Kreuzritters") namens *Superman* zu "hören" und wurde 1966 – wiederum im Doppelpack mit *Superman* – vom ABC-Fernsehsender als Zeichentrickfilm umgesetzt. Weitere Neuauflagen des Helden folgten im Fernsehen – allein oder im Paket mit anderen Comic-Heldenfiguren – als Trick- oder als Zeichentrickfilm. Durch diese Art der Vermarktung war Batman im Laufe der Jahre zwar zum Superhelden und Gegenspieler *Supermans* avanciert, hatte aber im Wettstreit mit den anderen Comic-Figuren seine Einzigartigkeit als Comic-Held verloren. Batman und sein junger, maskierter Helfer *boy wonder* Robin (unmaskiert, das verwaiste Zirkuskind Dick Grayson) waren zu etablierten Figuren geworden, die nur mehr im Kampf mit ihren maskierten Feinden Joker, Penguin, Riddler, Mr. Freeze, Catwoman und Pieman zum Leben erwachten. Bob Kanes Darstellung von Batman als normalen Bürger, dessen heroische Fähigkeiten sich auf Selbstmotivation, physische Ertüchtigung und auf eine stark kultivierte Intelligenz stützten, sollte im Laufe der Zeit mit jeder neuen *Batman*-Auflage an Kraft verlieren. Mit der Absetzung der Fernsehzeichentrickserie *Super Powers Team* 1986 schien Batmans Karriere im Fernsehen, aber auch als Comic-Held selbst, besiegelt. Die Heldenzeichnung von Ellis' Romanfigur Patrick Bateman gründet in *American Psycho* auf dem Comic *Batman*: Bateman wird im Text nicht nur direkt als "Batman" angesprochen (AP 207), sondern verweist auf unterschiedliche Art und Weise auf den Comic selbst. Die folgend nachgezeichnete *Batman*-Geschichte zeigt weiter beispielhaft, wie in den 1980er-Jahren Populärkulturtexte "recycelt" wurden (auch *Superman* hatte 1981, 1983 und 1987 ein Revival) und belegt zugleich eine entscheidende (hyperkonsumistische) Wende in der Art der Filmvermarktung:<sup>1234</sup> So verschaffte der 1986 von Frank Miller erschienene Comicstrip *Batman: The Dark Knight Returns* dem Comic-Helden Batman mit einer Neuinterpretation des Heldenbegriffs einen erneuten Durchbruch. Das grimmige, an Erwachsene gerichtete Comic setzte Miller 1987 mit *Batman: Year One* fort. Von Millers *Batman*-Interpretation inspiriert, schuf Tim Burton 1989 mit *Batman: The Movie* (in den Hauptrollen: Jack Nicholson, Michael Keaton und Kim Basinger und von Prince mit dem Song "Batdance" musikalisch untermalt) einen Kinofilm von "dark grittiness and mordant humour", der mit seiner Vermarktung als "blockbuster" wiederum neue Maßstäbe im Kinofilm setzen sollte. Im Gegensatz zu den Hollywood-Genies Steven Spielberg und George Lucas, die bis dahin ihre Blockbuster mit einer ganzen Palette von Marketingmaßnahmen wie *teasers*, *trailers*, *merchandising tie-ins*, Kartonfiguren und Getränkebechern bis zu zwei Jahre im Voraus zu bewerben begonnen hatten, gingen die Marketingfachleute von *Batman* noch einen Schritt weiter: Sie planten und präsentierten den Kinofilm und seinen Helden mittels eines einzigen, einfachen grafischen Merkmals, dem Fledermaus-Logo (*bat*

<sup>1234</sup> Vgl. in diesem Zusammenhang auch meine Ausführungen zur Vermarktung des in *American Psycho* erwähnten Musicals *Les Misérables* und Hitchcocks Film *Psycho*. Siehe auch Dean McWilliams, "The Search for an Icon: Values in American Popular Films in the 1980s," *Constructing the Eighties*, Eds. Walter Grünzweig, Roberta Maierhofer, and Adi Wimmer, (Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1992) 94–95 sowie Brucoli and Layman, *AD 80s* als Grundlage der folgenden Auseinandersetzung mit der Populärkulturfigur "Batman" 39, 43 f., 66 f., 73, 75, 88.

logo). Dieser Vermarktungscoup galt damals als einzigartig und in der Kinogeschichte Hollywoods als unübertroffen. Zugleich wurde das potenzielle Kinopublikum schon Monate zuvor mit Bat-Produkten (100 Designschaffende und Produktionsfirmen stellten dreihundert unterschiedliche Bat-Produkte wie das *Batmobile* und die *Batcave* her) und Trailern mit den Spezialeffekten des Films und weiteren Marketingmaßnahmen bearbeitet. Ziel war der Verkauf des Kinofilms als "shared public 'event'". Die Rechnung sollte aufgehen. Im Sommer 1989 herrschte "Batmania"<sup>1235</sup>. Mit Einnahmen von fast 2 Milliarden US-Dollar in den ersten 25 Spieltagen nach dem Kinostart brach *Batman: The Movie* alle Rekorde in der Geschichte von Hollywood (Stand: 1996) und rangierte unter den Kinofilmeinnahmen in Amerika in den 1980ern an dritter Stelle. Ganz nebenbei begann der Schauspieler Jack Nicholson, der sich und sein "smart-guy lunacy"-Image in *Batman* regelrecht parodierte, am Ende der Dekade eine neue "Minderheit" im Kino zu repräsentieren: den wütenden weißen Amerikaner. "Batman was 1980s Hollywood in a nutshell, a triumph of marketing over content."<sup>1236</sup> Der Kinoerfolg von *Batman: The Movie* leitete "reruns" von *Batman*-Folgen aus der Trickfilmserie der 1960er-Jahre ein, dem 1992 ein weiterer Blockbuster mit dem Titel *Batman Returns* folgte und initiierte im selben Jahr eine neu gestaltete, tägliche Zeichentrickfilmshow mit dem Titel *Batman: The Animated Series*. Letztere basierte auf Millers Neuinterpretation des Helden, wobei die Produzenten Batmans innere Zerrissenheit und jegliche faschistischen Tendenzen aus der Fernsehserie "entfernt" hatten, durch Beibehaltung der *film noir*-Qualität jedoch ein neues *animated drama* schafften. Ein Merkmal dieser Zeichentrickserie würde ihre Intertextualität sein, die auf einem Netz von Insider-Verweisen (*inside references*) gründete, welche Fans von da an mit jeder neuen Folge in Schach halten sollten. *Batman* und seine Vermarktung in den 1980ern hat neue Maßstäbe in der künstlichen Spirale von Angebot und Nachfrage im Unterhaltungsbusiness geschaffen. Die zwei "Gesichter" (gut und böse) der Comic-Figur Batman haben Bret Easton Ellis als Referenztexte aus der amerikanischen Populärkultur für seinen Roman *American Psycho* gedient.

Siehe Teil III über *American Psycho*

### **Bausch & Lomb**

Eine US-Marke für Kontaktlinsen und -produkte sowie für Produkte für die Augenchirurgie und -medizin. Das Unternehmen wurde 1853 vom deutschen Immigranten John Jacob Bausch und von seinem späteren Partner Henry Lomb in Rochester in New York gegründet.

Siehe *Ray Ban*

### **"Be My Baby"**

Ein Song der US-amerikanischen Girlgroup The Ronettes aus dem Jahr 1963.

Siehe *Ronettes, The*

### **Beach Boys, The**

Eine US-amerikanische Rockband, die als Erfinder des vokalharmonischen, komplexen *Californian sound* und der *surf music* sowie als erste moderne Popband der USA gilt. The Beach Boys waren die drei Wilson-Brüder Brian, Dennis und Carl sowie ihr Cousin Mike Love und Freund Al Jardine aus Los Angeles. Ihren lokalen Durchbruch hatten The Beach Boys 1961 mit "Surfin". Mit Brian Wilson als kreativem und perfektionistischem Produzenten der Gruppe bis Mitte der 1970er-Jahre und seinem Equipment wurden The Beach Boys zur ersten und erfolgreichsten US-amerikanischen Rockband der 1960er-Jahre und ihre Plattenaufnahmen zu Schätzen – mit einer hörbaren Entwicklung bis in die 1970er-Jahre. Wilsons psychische Instabilität und exzessiver Drogenmissbrauch (LSD) führten allerdings zu Spannungen in der Gruppe und sporadischen Auftritten als Bandmitglied. Ende der 1970er-Jahre begann die Gruppe aus finanziellen Streitigkeiten und wegen angestrebter Solokarrieren einzelner Mitglieder endgültig auseinanderzubrechen; Brian Wilsons Übergewicht und sein extensiver Drogenkonsum brachten den Bruch mit der Gruppe. Dennis' Tod 1983 führte zum letzten "echten" gleichnamigen *The Beach Boys*-Album 1985, dessen "Getcha Back" in die Top 40 kam. Wilson, der sich physisch wie psychisch durch die Hilfe eines etwas unkonventionellen Psychiaters, Dr. Eugene Landy, in den 1980er-Jahren erholen sollte, veröffentlichte mit Landy seine Autobiografie *Wouldn't It Be Nice* und 1988 sein erstes Soloalbum *Brian Wilson*. Die Single "Kokomo", ein Titel der Beach Boys aus den 1960er-Jahren für den Soundtrack von *Cocktail* (1988), führte zur Brian Wilson-Kollektion weiterer ehemaliger Bandtitel und letztendlich zu Klagen vonseiten der restlichen Bandmitglieder.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

<sup>1235</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 73.

<sup>1236</sup> Ebda.

### **Beatles, The**

Eine britische Rockgruppe, deren Betonung des Melodischen sie zu den Erfindern des modernen Pop und damit zur einflussreichsten Band in der Ära des Rock machte. In ihren sechs Bandjahren nach ihrem US-weiten Durchbruch 1964 waren The Beatles die weltweit erfolgreichste Band ihrer Zeit. Ihre Musik gründete auf dem frühen amerikanischen Rock 'n' Roll eines Elvis Presley, Buddy Holly oder Chuck Berry, der mit Folkrythmen eines Bob Dylan ergänzt wurde. Sie experimentierten weiter eklektisch mit verschiedenen ethnischen Einflüssen und Instrumenten, psychodelischen Elementen und legten darüber Melodien, die zu Ohrwürmern wurden. Mit einem klar bedachten Outfit – in Anzügen und mit einer Pilzfrisur – hatte die vormalige Highschool- und spätere Clubband mit dem griffigen Namen “The Beatles” nach ihren ersten Engagements von 1960-1962 in Hamburgs St. Pauli ihren Durchbruch. Nachdem “Please Please Me” die UK-Charts eroberte, herrschte ab 1963 in Großbritannien 30 Wochen lang “Beatlemania” und machte die vier Pilzköpfe – die Sänger, Komponisten und Musiker John Lennon und Paul McCartney, den Gitarristen George Harrison und Drummer Ringo Starr – zur bislang populärsten Rock 'n' Roll-Band in Großbritannien. Mit Lennon und McCartney, welche die Songs schrieben, etablierten The Beatles weiters den Prototypen einer eigenständigen Rockgruppe, die ihre Songs selbst verfasste und interpretierte. Den Durchbruch in den USA hatten sie mit ihrem Auftritt in der amerikanischen Fernsehshow *The Ed Sullivan Show* im Februar 1964 und ebneten damit wie keine andere Band der Folkrock-Bewegung und britischen Rockbands – von den Lovin’ Spoonful zu den Rolling Stones – den Weg. Nach unzähligen weltweiten Live-Touren und unkonventionellen Musikfilmen zog sich die Band zunehmend zurück, brachte weitere Studioaufnahmen heraus, bis sie aufgrund der angestrebten Solokarrieren bzw. Band-Projekte einzelner Mitglieder 1970 auseinanderbrach. Was die starken Persönlichkeiten (“Pilzköpfe”) jedoch hinterließen, war ein kohärentes Gesamtwerk, das sie – trotz späterer gerichtlicher Streitigkeiten und Solokarrieren – bis heute als “The Beatles” zur Legende werden ließ.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Beauty and the Beast**

Eine dramatische und romantische, ursprünglich australische Soap-Fernsehserie über das Gute und Böse, die in den USA zwischen 1987–90 mit 56 Folgen in drei Staffeln auf CBS lief. Eine junge Anwältin aus New York wird überfallen und von einem geheimnisvollen Löwenmenschen gerettet, der sie in seine Welt, in ein großes Labyrinth tief unter der Stadt, bringt. Die Fernsehserie lief in Australien ab 1963 in unterschiedlichen Zeitabständen auf *Seven Network*; eine etwas andere Version lief als Nachmittags-Talkshow in Neuseeland (1976–85).

### **Beefeater**

Ein englischer Markenname für einen klassischen, von der James Burrough Ltd. in London hergestellten Gin (Wacholderschnaps) mit 40 % vol. Alkohol. Der Name kommt von den englischen Wachen vor dem Buckingham Palast, welche auch auf der Etikette abgebildet sind. “Beefeater on the rocks” ist Gin auf Eis(würfeln) serviert.

### **Beiderbecke, Bix**

Einer der wichtigsten (weißen) US-amerikanischen Jazzmusiker der 1920er-Jahre (\* 1903, † 1931), ein Kornett-Spieler und Improvisator mit einem unverwechselbaren Stil, der nach einem kurzen, großen Erfolg im Alter von 28 Jahren an einer Alkoholvergiftung verstarb.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Bell South**

Eine US-amerikanische regionale Telefongesellschaft, die – wie Ameritech, Baby Bell, Bell Atlantic, Nynex, Pacific Telesis, Southwestern Bell oder US West – aus AT&T hervorging und 1988 von einem Wirtschaftsskandal erschüttert wurde. Ellis spielt mit der Erwähnung des “cellular deal” von Bell South auf den Skandal an (*AP* 325).

### **Bellini**

Ein klassischer italienischer Cocktail aus Harry’s Bar in Venedig auf der Grundlage von Prosecco oder traditionellem Sekt mit Pfirsichmark. In den 1980er-Jahren kam auch erstmals eine in Flaschen abgefüllte Bowle auf Prosecco-Basis und Pfirsichgeschmack als “Bellini” auf den Markt.

### **Beluga caviar**

Ein großkörniger, hell- bis dunkelgrauer Kaviar einer speziellen Störgattung, dem Hausen, der aus dem Kaspischen Meer stammt und als rares Luxusprodukt seinen Preis hat.

**Belvest**

Eine italienische Herrenkonfektionsmodefirma aus Padua, die auch Maßware anbot und ob ihrer hohen Qualität bei der Auswahl der Stoffe und Ausfertigung ihrer Kleidungsstücke bekannt wurde.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

**Ben and Jerry's**

Eine US-amerikanische Speiseeis-Marke, Ben & Jerry's. Die ehemaligen Hippies und späteren Speiseeis-Unternehmer Benett (Ben) Cohen und Jerry Greenfield aus New England produzierten von Anbeginn ein schmackhaftes und kalorienreiches Speiseeis mit Zutaten aus ökologischer Landwirtschaft wie beispielsweise hormonfreier Milch. Das Image der Ben & Jerry's-Eisdielenketten ist sehr positiv besetzt, da ein Teil ihres Umsatzes seit den Anfängen ihrer Tätigkeit Ende der 1970er-Jahre ökologischen und sozialen Wohltätigkeitsorganisationen zufließt. Das "natürliche" Speiseeis von Ben & Jerry's befriedigte in den 1980er-Jahren – ähnlich wie Häagen Dazs – die Genusssucht der Yuppies.

**Benetton**

Eine italienische Modefirma und -marke, die in den 1980er-Jahren als "United Colors of Benetton" mit günstigen, knallbunten Woll- und Baumwollpullovern für TeenagerInnen auftrat. Mittels Fotografie des Oliviero Toscani brachen ihre Werbekampagnen gesellschaftliche Tabus wie Rassismus, Sexismus, AIDS und den Tod und erregten weltweit Aufsehen, polarisierten und brachten Benetton innerhalb kürzester Zeit den Marktdurchbruch. Das Modeimperium der vier Geschwister – mit unterschiedlichen Aktivitäten und Produktbereichen – wurde zum größten Bekleidungsunternehmen in Europa mit dem weltweit größten Verbrauch von Wolle im Textilbereich. Bateman und Price beschreiben Vanden aus Downtown wegen ihres finanziellen Status und sozialen Images abfällig als Mischung zwischen "used Benetton [and] Used Fiorucci" (AP 19).

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Ben-Gay**

Eine schmerzstillende Sportsalbe aus den USA der Pfizer Inc., Bengay (Ben-Gay bis 1995) mit kühlender Wirkung. Die Salbe, die 10 % Menthol sowie 15 % des giftigen Methylsalicylats enthält, wird bei sadomasochistischen Spielen auf die Hoden aufgetragen.

**Bergdorf Goodman**

Ein Kaufhaus in New York, in den 1980er-Jahren das teuerste seiner Art, welches später auch als exklusive Kaufhauskette US-weit vertreten ist.

Siehe *SHOPPING*

**Beta SP**

Ein magnetisches Band für damals semi-professionelle Zwecke, das für Videoabspielgeräte (VCR) und -aufzeichnungen (Betacam) verwendet wurde und heute durch die digitale Version ersetzt ist.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

**Betsey Johnson**

Eine US-amerikanische Disco-Modedesignerin (\* 1942), deren Eigenkreationen seit 1979 einen jungen, exzentrischen, witzigen wie sexy Modestil verkörpern.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**BIC**

Eine günstige französische Marke für einfache Kugelschreiber und Einwegfeuerzeuge (Ellis schreibt den Markennamen klein) des ehemaligen Familienunternehmens Bich seit 1945.

**Bice**

Ein sehr teures New Yorker Restaurant, zum Sehen-und-Gesehen-Werden für Promis, die Schönen und die Reichen, zwischen 7 East 54<sup>th</sup> Street in Manhattan-Midtown mit norditalienischer Küche, eröffnet 1987.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**Big Mac**

Ein klassischer Hamburger der US-amerikanischen Schnellrestaurantkette McDonald's.

Siehe *McDonald's*

### **Bigfoot**

Ein US-amerikanischer Mythos eines in der Wildnis des Pacific Northwest lebenden großen, haarigen Hominiden.

Siehe *TALKSHOW in den 1980ern*

### **Bijan**

Ein iranischer Parfüm- und Modedesigner, Bijan Pakzad, (\* 1940, † 2011), der seit 1976 von Beverly Hills, Los Angeles aus berühmte Persönlichkeiten – Staatsmänner, Industrielle und Divas – mit seinen exklusiven Kreationen unter dem Markennamen Bijan bediente und auch als Designer der Reichen galt.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Bill Blass**

Eine US-amerikanische Marke für gehobene klassische Qualitätskleidung, die ein Image von Anspruch und Aufgeschlossenheit vermitteln soll. Der Modedesigner William Ralph Blass (\* 1922, † 2002) hatte mit seiner Bill Blass Limited-Linie seit 1970 viele Modepreise gewonnen und unter anderem die Uniformen für American Airlines kreiert.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Bill Kaiserman**

Ein mehrfach ausgezeichnete US-amerikanische Modeschöpfer (\* 1942, † 2020) aus Brooklyn, der mit der "Cross"-Mode, einem losen Freizeitstil vor allem für Herren und durch die Zusammenarbeit mit verschiedenen Modeunternehmen, nach einem längeren Aufenthalt in der italienischen Modemetropole Mailand mit dem Bill Kaiserman Label seinen internationalen Durchbruch in den 1980er-Jahren hatte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Bill Robinson**

Ein mehrfach ausgezeichnete US-amerikanische Modedesigner (\* 1948, † 1993), der nach Jahren bei Calvin Klein und Yves Saint-Laurent 1986 sein eigenes Modelabel gründete und mit seiner, von der Mode der 1930 bis 1950er-Jahre inspirierten, klassisch amerikanischen und europäisch geprägten sportlichen Herrenmode weltweiten Erfolg feierte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Billboard Magazine**

Ein US-amerikanisches Wochenmagazin der Musikindustrie seit den 1950ern, das aus dem bereits 1894 gegründeten gleichnamigen Unterhaltungsmagazin entstanden ist. 1936 bereits bot die Zeitschrift eine erste Musikhitparade, der folgte wenig später die erste Musik-Beliebtheitskala. Heute veröffentlicht das Billboard-Magazin nach Musikkategorien unterteilte verschiedene internationale Charts über die beliebtesten Songs, ermittelt über Radiostationen und über den Verkauf von Singles. Somit stellt das *Billboard Magazine* ein wichtiges Barometer für die Vermarktung von Musikgruppen und -größen dar. Seit 1990 vergibt das Musikblatt auch die Billboard Magazine Awards, Preise für die über das Jahr ermittelte (*top-selling*) Popularität von Alben, Singles und Musikschaffenden in der jeweiligen Genre-Kategorie.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Bishop, Stephen**

Ein US-amerikanische Musiker (\* 1951), der nach Jahren bei der Gruppe Weeds und als Songschreiber für Chaka Khan, The Four Tops und für Barbra Streisand mit einem *easy going* Pop-Stil als Solokünstler – von Art Garfunkel 1976 entdeckt – in den späten 1970er-Jahren mit seinem Album *Careless* und einer Grammy-Nominierung und mit einzelnen Singlehits bei Gastauftritten bei Garfunkel, Chaka Khan, Gary Brooker, Steve Cropper und Phil Collins einen Erfolg feierte. Er arbeitete weiter als Songschreiber und Filmmusikkomponist für beispielsweise *Animal House*, *Tootsie* oder *The China Syndrome* und für das Duett "Separate Lives" für Phil Collins und Marilyn Martin in *White Nights*. Bishop trat auch in den Filmen *The Blues Brothers* und *Kentucky Fried Movie* auf.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Bistro Florent**

Ein französisches Restaurant sowie ein ausgefallener 24-Stunden-Treffpunkt im Meatpacking District von Manhattan in New York City, 1985 eröffnet.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Black & Decker**

Eine US-amerikanische Marke für hochwertige (Elektro-)Werkzeuge der Firma The Stanley Works seit 1843.

### **Black Forest**

Eine Schweizer Marke für meist aus Linden- und Walnussholz geschnitzte, rustikale und teils witzige Einrichtungsgegenstände, so genannte "Black Forest Furniture", welche ab 1880 von der Familie Trauffer bis in die 1950er-Jahre als Souvenir für Urlaubsgäste in Heimarbeit gefertigt wurden und neben Kuckucksuhren, Schreibtischen, Stühlen und Betten auch Regenschirmständer in verschiedenen Ausführungen umfasste. So gibt es unter anderem einen Regenschirmständer mit Garderobe in einem aus der witzigen, etwas klobigen "(Schwarzwald)-Bärenlinie". Antike Black Forest Furniture wird auf Auktionen gehandelt und ist schwer zu finden; die Reproduktionen "Made in Indonesia" oder aus dem Schwarzwald sind leichter erhältlich. *Black Forest Furniture* sprach von Anfang eine wohlhabende Gesellschaftsschicht an, für die diese Art von Einrichtung mit ihren Einzelstücken als besonders edel und originell gilt.

### **Blaupunkt**

Eine deutsche Marke für Elektronikgeräte mit dem berühmten blauen Punkt seit 1924 und ein gleichnamiges Unternehmen, das mit seinen Autoradios berühmt wurde.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Blondie**

Eine US-amerikanische Punk/New Wave-Band in den 1970er-Jahren mit der Sängerin Deborah Harry und dem Gitarristen Chris Stein, die mit ihrem Wechsel in eine poppigere Mainstream-Richtung großen Erfolg in Großbritannien und den USA hatten, sich aber 1982 unter anderem wegen angestrebter Solokarrieren auflösten.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Bloody Mary**

Ein englischer Longdrink auf Wodka-Basis mit Tomatensaft, Zitronensaft, Pfeffer, Salz, Tabasco und Worcestershire-Sauce. Der Name geht auf die erste Königin von England und ihre Schrecken verbreitende Herrschaft zurück.

### **Bloomingdale's**

Ein Kaufhaus in New York, das wegen seiner immer neu gestalteten Verkaufslandschaften in den 1980er-Jahren auch als Konsumtempel berühmt wurde und heute als exklusive Kaufhauskette US-weit vertreten ist.

Siehe *SHOPPING*

### **BMW**

Eine deutsche Automarke, Abk. für "Bayrische Motorenwerke", die in den 1980er-Jahren ihren Durchbruch in den USA hatte.

Siehe *AUTO in den 1980ern*

### **Body Double**

Ein Film über Sex und Gewalt von Brian De Palma (USA: 1984), der die Grenzen des Voyeurismus austestet. Der B-Movie-Schauspieler Jake Scully verliert wegen seiner Klaustrophobie seine Rolle in einem Horrorfilm und bleibt nach der Trennung von seiner Freundin, die ihn betrügt, ohne Bleibe. Als er einem Kollegen sein Leid klagt, bietet ihm Sam Bouchard das Haussitting bei einem reichen Freund an, da er selbst verreisen müsse. Dort beobachtet Scully nach Anregung von Sam über ein Teleskop Nacht für Nacht den erotischen Striptease seiner Nachbarin Gloria Revelle und einen "Indianer", der sie verfolgt und bedroht. Scully wird Zeuge ihres brutalen Mordes mit einer Bohrmaschine. Als er selbst nachzuforschen beginnt, trifft er auf die Porno-Darstellerin Holly Body (Melanie Griffith), die – wie sich herausstellt – als Body Double für die Nachbarin engagiert wurde. Als Holly Sam als ihren Auftraggeber erkennt und Scully Sam als Ehemann von Gloria in seiner Maskierung als "Indianer" entlarvt, entrinnen beide nur knapp ihrem eigenen Tod, Scully in einem geschaukelten Grab. Ein lauwarmes Happy End folgt dieser Achterbahn des Voyeurismus: Sam stirbt, Scully überwindet seine Klaustrophobie und spielt wieder in einem Horrorfilm und hat Holly als Freundin an seiner Seite. Der voyeuristische Kamerablick und der Inhalt des Films haben Bret Easton Ellis als Referenztexte aus der amerikanischen

Populärkultur zu *sex and violence* für seinen Roman *American Psycho* gedient; siehe hierfür meine Auseinandersetzung im Kapitel 3.  
Siehe *Teil III über American Psycho* und *SEX and VIOLENCE in den 1980ern*

### **Bodybuilding**

Ein Fitness-Training (zu Deutsch "Körperkultur[istik]"), das auf Übungen der Schwerathletik gründet und Ende des 19. Jahrhunderts in England, federführend vom Deutschen Eugen Sandow, zur Ausbildung der Muskulatur entwickelt wurde. Um den Körper in diesem Sport aktiv zu "gestalten", wird zum Muskelaufbau mit Hanteln, verstellbaren Gewichten sowie mit anderen Widerstandsapparaten gearbeitet, wobei für eine Ausbildung der Muskeln die einzelnen Übungen über eine gewisse Zeit wiederholt werden müssen.

Siehe *KÖRPERKULT in den 1980ern*

### **Boeing Company, The**

Ein US-amerikanischer Hersteller von zivilen und militärischen Luft- und Raumfahrzeugen und entsprechender Technik mit der größten Produktionsstätte und ursprünglichem Firmensitz in Seattle, Washington, seit 1916. 1970 führte Boeing mit der Boeing 747 das weltweit größte (d. h. mit doppelter Passagierkapazität) Düsenverkehrsflugzeug ein. Die Einführung des 747-400-Modells 1989 sollte alle vorhergehenden Boeing 747-Modelle in Technologie und reduziertem Treibstoffverbrauch übertreffen und einen neuen Standard in der zivilen Luftfahrt etablieren.

### **Boesky, Ivan**

Ein New Yorker Börsenstar der 1980er-Jahre (\* 1937) und heutiges Sinnbild für die moralische Skrupellosigkeit jener Jahre. Gleich wie andere Investmentbanker hatte Boesky sich und seiner Ivan F. Boesky Corporation 1975–86 mit illegalen Geschäften aufgrund seines Insiderwissens Millionen von US-Dollars verschafft. In einem spektakulären Prozess 1987 war Ivan Frederick Boesky zu einer Geldstrafe von 100 Millionen US-Dollar und drei Jahren Haft verurteilt worden. Der Hauptdarsteller in Oliver Stones Klassiker *Wall Street* (1987), Gordon Gekko, ist ihm nachempfunden.

Siehe *Insider trading*

### **Bolivian Marching Powder**

Ein umgangssprachlicher Ausdruck für "Kokain".

### **Bollinger**

Ein gehobenes französisches Champagner-Haus mit jahrhundertealter Familientradition.

### **Bon Jovi**

Eine US-amerikanische Pop-Metal-Gruppe der 1980er-Jahre aus New Jersey, deren Hardrock-Version aus poliertem (Heavy) Metal und Sensibilität für die *working class* die breite Masse in den USA ansprach und einem Mainstream-Hardrock und -Metal den Weg ebnete. Als John Francis Bongiovi Jr. (\* 1962), mit Künstlernamen Jon Bon Jovi, bei seinem Cousin Tony Bongiovi, dem Besitzer des New Yorker Aufnahmestudios *Power Station*, Demos mit verschiedenen Musikschaffenden machte, entstand auch der Song "Runaway", der sofort zum lokalen Hit wurde. Jon gründet daraufhin Bon Jovi mit Rashbaum, Richie Sambora, Alec John Such und Tico Torres und erhält 1983 einen Vertrag mit Polygram/Mercury. Dem Erfolg des Debütalbums *Bon Jovi* 1984, es kam unter die Top-40, folgte *7800 Fahrenheit* 1985 mit Gold und nach einer bewussten Imageänderung und Zusammenarbeit mit dem Texter Desmond Child 1986 *Slippery When Wet*. Vor Erscheinen des Albums jedoch waren die einzelnen Songs bei Konzerten in New York und New Jersey von Jugendlichen bewertet worden; eine Praxis, die es bis dahin nicht gegeben hatte und die das Konstruieren eines Erfolges dokumentiert: Von verschiedenen, einfach gestalteten Videos mit dem fotogenen Jon Bon Jovi begleitet, verkaufte sich das Album mehr als 9 Millionen Mal und katapultierte Bon Jovi in die Liga der Superstars. Nach demselben Schema produziert, folgte 1988 *New Jersey*, ein weiterer Bestseller mit einigen Hits. 1989 ging Bon Jovi auf eine 18-monatige Welttournee, wobei die Band auch Cher, deren Freund Richie Sambora war, auf ihrem *Heart of Stone*-Album aufnahmen. Stimmprobleme reduzierten Jon Bon Jovis Auftritte, und ein Stilwandel weg vom Metal und mehr in Richtung Rockballaden sollte das Publikum auch in den 1990ern fesseln.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*



**Bonito**

Ein mittelgroßer thunfischähnlicher Raubtierfisch aus der Familie der Thunfische und Makrelen (*Scombridae*).

Siehe *Sushi*

**Bono**

Ein irischer Musiker, Dichter, Sänger und politischer Aktivist der Rockgruppe U2, der mit seiner Musik wie kaum eine andere Rock-Ikone Hoffnung, Glaube und Liebe verkörpert. Mit bürgerlichem Namen Paul Hewson war Bono (\* 1960) in Dublin, Irland, in einer Familie gemischten Glaubens (protestantisch-katholisch) aufgewachsen und sollte es von Anfang an mit seiner Person schaffen, in U2 beide Glaubensrichtungen im zersplitterten Irland zu vereinen. Mit dem internationalen Durchbruch von U2 mit *The Joshua Tree* 1987 wurde auch der Sänger Bono zum Superstar, und zwar durch seine unkonventionelle Darstellung auf und hinter der Bühne – mit “offenen” Interviews und seiner Art, auch einmal auf der Bühne zu beten. Mit wenigen Ausnahmen ist Bono für die U2-Texte, welche über typische Rock 'n' Roll-Themen wie Liebe und Sex hinausgehen und von den Schwierigkeiten des Erwachsenwerdens, Politik und Religion sprechen, verantwortlich. Die Teilnahme von U2 an karitativen Projekten wie am Weihnachtslied “Do They Know It's Christmas?” beim Band Aid-Projekt für Afrika 1984 und U2s historischer Auftritt bei der Live Aid-Veranstaltung 1985 führten Bono und seine Frau Alison Stewart nach Äthiopien, wo sie sich für ein Bildungs- und Hungerprojekt einsetzten.

Siehe *U2*; *MUSIK in den 1980ern* und *KÖRPERKULT in den 1980ern*

**Bonwit's**

Eines der berühmtesten Nobelkaufhäuser New Yorks, zuletzt im berühmten Bonwit Teller-Gebäude im Art Déco-Stil an der Fifth Avenue. Das 1895 gegründete Bonwit's hatte sich von Anfang an ausschließlich auf Qualitätsmode für Frauen spezialisiert und damit Erfolg. Das Kaufhaus ging 1979 in Konkurs. Das Gebäude wurde 1980 von Donald Trump für die Errichtung des Trump Towers aufgekauft. Die Kaufhausmarke selbst wurde zunächst weitergeführt, um 1989 erneut Konkurs anzumelden, sich nach mehreren Übernahmen kurzfristig zu erholen und später zu erlöschen.

Siehe *SHOPPING* und *Trump, Donald*

**Boohoo**

Eine Anspielung des Autors auf die Werbeanzeige “Boo-Hoo: Tear Flavored Drink – Drink it n'weep”, einer Parodie auf die Topps Chewing Gum Company und ihren populären US-Softdrink mit Schokoladengeschmack “Yoo-Hoo”.

**Boone, Carole**

Ehefrau des US-amerikanischen Serienmörders Ted Bundy, die ihn durch den Medienhype kennenlernte, heiratete und ihm ein Kind gebar.

Siehe *TALKSHOW in den 1980ern*

**Borscht**

Eine in Russland und Polen beliebte Rote-Beete-Suppe, auf Deutsch “Borschtsch”.

**Bosca**

Eine exklusive US-amerikanische Lederwarenmarke mit italienischer Handarbeitstradition seit 1911 und berühmt für ihre langlebigen, ausgewählten und exotischen Lederqualitäten, eingefasst in vergoldetem oder vernickeltem Messing.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Bosco**

Eine historische US-Marke für Schokoladesirup der Bosco Products, Inc.

**Boston Strangler, The**

Ein Pseudonym für den US-amerikanischen Serienmörder Albert DeSalvo (\* 1930, † 1973) aus Boston, der zwischen 1962 und 1964 dreizehn Frauen im Alter von 19 bis 85 Jahren nach ihrer Vergewaltigung zuhause mit Kleidungsgegenständen erdrosselt hatte. Alle Opfer mussten ihren Täter gekannt haben. Eine Vergewaltigung führte schließlich zur Festnahme DeSalvos und zu seinem Geständnis. Beweise, dass er wirklich The Boston Strangler war, fehlten; die Öffentlichkeit aber war von DeSalvos Schuld überzeugt. DeSalvo wurde wegen Raubs und sexueller Nötigung angeklagt und zu lebenslanger Haft

verurteilt; nach sechs Jahren Haft wurde er in seiner Zelle ermordet. Der Fall des "The Boston Strangler" führte 1968 zum gleichnamigen Hollywoodfilm mit dem Schauspieler Tony Curtis als De Salvo.  
Siehe *SERIENMORD in den 1980ern*

### **Bottega Veneta**

Eine italienische Luxusmarke für handgefertigte Taschen aus feinem Leder und für Schuhe.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Bouley**

Ein Nobel-Restaurant in TriBeCa-Downtown, Manhattan, des gleichnamigen Besitzers und Spitzenkochs David Bouley, das als Top-Adresse in New York City von 1987–96 neue gastronomische Standards setzte und erstmals eine Vier-Sterne-Auszeichnung in der *New York Times* erhielt. Bateman bezeichnet das Lokal als "Bouley, in No Man's Land (near the corner of Duane Street in the doorway of what used to be DuPlex)" (AP 347) und verweist zugleich auf den Umzug des legendären Nachtclubs und der Pianobar "The Duplex" von TriBeCa nach Greenwich.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Boy next door, The**

Ein Ausspruch, der mit dem US-amerikanischen Serienmörder Ted Bundy, einem vermeintlich harmlosen Jungen von nebenan, erstmals Eingang in den allgemeinen Sprachgebrauch und in das Serienmörder-Profilierung gefunden hat.

Siehe *SERIENMORD in den 1980ern*

### **Boyer, Bruce**

Ein US-amerikanischer Mode-Buchautor (\* 1941) für *Town & Country*, G. Bruce Boyer, der mit *Elegance: A Guide to Quality in Menswear* (1985) das Modeverständnis der Yuppies entscheidend geprägt hat.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Bozo**

Eine Anspielung auf Bozo, einen Clown, der 1946 von Capitol Records für ihren Einstieg in den US-amerikanischen Kinderbuchmarkt kreiert wurde. Alan Livingston hatte dabei die bis dahin weltweit neue Geschäftsidee, ein Kinderbuch mit einer Schallplatte, auf der Kinder die Buchgeschichte hören können, herauszugeben. Das erste Hörbuch hatte den Titel "Bozo im Zirkus" mit der Hauptfigur Bozo, illustriert von M. Fischer und vertont von Pinto Colvig, einem früheren Zirkusclown, der auch für Walt Disney arbeitete. Das Buch verkaufte sich millionenfach und wurde als Fernsehserie mit Pinto Colvig als erstem Fernseh-Clown und Bozos typischem Outfit adaptiert; US-weite Fernsehshows folgten. Mit der Erwähnung des Clowns "Bobo" (AP 249) in *American Psycho* gibt Ellis einen weiteren Hinweis auf den Serienmörder John Wayne Gacy, der selbst – auf diese Kinderbuchfigur verweisend – mit Clown-Kostüm und -Maske gemordet hat.

Siehe *SERIENMORD in den 1980ern*

### **Breil**

Eine italienische Marke im Uhrensektor. Breil wurde 1935 vom Uhrmacher und Begründer des Unternehmens Innocente Binda kreiert und soll exklusive Modernität und Schönheit sowie Leidenschaft und Verführung verkörpern.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Brie**

Ein französischer Weichkäse, der bei Yuppies in den 1980er-Jahren in gebackener Form sehr beliebt war.

### **"Brilliant Disguise"**

Ein Song (1987) des US-amerikanischen Rocksängers Bruce Springsteen aus dem Album *Tunnel of Love*, der als Herzstück des Albums gilt und als Single Platz 5 auf den US-Top-Charts erreichte. Es geht um Konflikte und Zweifel in einer Partnerschaft; das Album selbst fiel mit dem Ende von Bruce' erster Ehe mit Julianne Phillips zusammen.

Siehe *Springsteen, Bruce* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Broadway**

Eine 33 km lange, sich diagonal durch Manhattan ziehende Hauptgeschäftsstraße in New York City. Als "Broadway" wird meist jedoch nur der Abschnitt zwischen der 41<sup>st</sup> und der 53<sup>rd</sup> Street bezeichnet, an dem viele private Theater liegen, in denen seit den 1980er-Jahren vielfach Musicals gespielt werden.

### **Brooks Brothers**

Eine US-amerikanische Marke für klassische Herrenbekleidung, die in den 1980er-Jahren das hoch geschlossene Hemd popularisierte. 1818 von Henry Sands Brooks als H. & D. H. Brooks & Company in Manhattan gegründet, wurde die Firma bereits einige Male verkauft, unter anderem 1988 für 750 Millionen US-Dollar an den britischen Einzelhandelsriesen Marks & Spencer.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Bruschetta**

Ein italienisches Antipasto, bei dem in Scheiben geschnittenes, getoastetes Weißbrot mit Knoblauch eingerieben und mit Olivenöl serviert wird. In den USA wird der Knoblauch bereits mitgetoastet und das Weißbrot dann mit verschiedenen Zutaten serviert; Bruschetta waren zumeist der Einstieg in die (neue) italienische Küche der 1980er-Jahre und bei Yuppies sehr beliebt.

### **Budweiser**

Eine US-amerikanische Biermarke, die 1876 als "The King of Beers" von dem weltweit größten, international agierenden Brauereiunternehmen Anheuser-Busch, Inc. eingeführt wurde und seit 1957 auch das meistverkaufte Bier der Welt ist (und nicht mit dem tschechischen Budweiser Budvar-Bier gebraut nach dem deutschen Reinheitsgebot verwechselt werden darf). In den 1980er-Jahren kommen die ersten Light- und Dry-Versionen mit weniger Kalorien auf den Markt. Das amerikanische Budweiser wird mit Hopfen, Malz und Reis gebraut.

### **Bundy, Ted**

Ein US-amerikanischer Serienmörder der 1970er- und 1980er-Jahre (\* 1946, † 1989), dessen "The boy next door"-Image die Glamourisierung von Serienmördern in der Populärkultur einleitete.

Siehe *Boy next door, The; SERIENMORD in den 1980ern* und *TALKSHOW in den 1980ern*

### **Burberry**

Ein britischer Markenname für einen teuren Regenmantel aus wasserdichtem, merzerisiertem Baumwollgewebe. Der Brite John Burberry war auch der Erfinder des Gabardines Ende des 19. Jahrhunderts. Sein traditionsreiches schottisches Modeunternehmen mit dem Karomuster steht für klassisch sportliche Mode.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Burrito**

Eine gewickelte Weizentortilla oder -flade aus Mexiko mit verschiedenen Füllungen.

### **Bush, George**

Ein US-amerikanischer Politiker der Republikanischen Partei. George Herbert Walker Bush (\* 1924, † 2018) wurde in Milton, Massachusetts geboren. Studienabschluss der Wirtschaftswissenschaften mit Auszeichnung an der Yale-Universität, freiwilliger Militärdienst als jüngster Airforce-Pilot im Zweiten Weltkrieg mit vielen Auszeichnungen und einer erfolgreichen Karriere in der boomenden Ölindustrie im Südwesten der USA. Bushs Einstieg in die Politik begann 1966 als Mitglied des Repräsentantenhauses (bis 1970), dem folgten weitere Stationen wie 1971–73 UNO-Botschafter der USA, 1974/75 Leiter des Verbindungsbüros in Peking, 1976/77 Leiter des Geheimdienstes CIA. Von 1977–79 leitete Bush den privaten Think Tank der USA, den Council on Foreign Relations. 1981–89 amtierte er als langjähriger Vizepräsident der USA unter Ronald Reagan. 1989–93 war George Bush der 41. Präsident der USA. Unter seiner Regierungsführung fand die Intervention der USA gegen den amtierenden Machthaber General Manuel Noriega in Panama statt, gleich wie unter seiner Regierungsführung die USA politisch die Koalition der Vereinten Nationen im Zweiten Golfkrieg gegen den Irak anführten. Ob des beendeten Kalten Krieges 1989 setzte sich Bush mit einer neuen Weltordnung auseinander und organisierte die konservative politische Agenda, die sich seit 1945 auf Antikommunismus, Steuerverantwortung und sozialen Konservatismus gegründet hatte, nach neuen, neoliberalen Prinzipien. Die Vernachlässigung der Innen- und Wirtschaftspolitik trug 1992 zur Wahlniederlage Bushs gegen William J. Clinton bei. Bush hat Zeit seines (politischen) Lebens die Geschehnisse der USA, vor allem unter Reagan, auf unauffällige Art und Weise mitbestimmt. Die Bush-

Familie gilt mit den Söhnen George W. Bush, dem 43. US-Präsidenten, und Jebbie, dem Gouverneur von Florida, als einflussreichste Familiendynastie der USA.  
Siehe *REAGAN, RONALD* und *Iran-Contra Affair*

### **Butterfield, Paul**

Ein US-amerikanischer Musiker (\* 1942, † 1987), der als erster "Weißer" mit einem individuellen Harmonika-Stil in die Liga der "schwarzen" Blues-Harmonika-Spieler aufgenommen wurde. Zugleich hat Butterfield auch weißen Musikerinnen und Musikern mit seinem Respekt vor schwarzer Blues-Musik den Weg für neue Blues-Interpretationen geebnet. Vor allem aber vermittelte Butterfield einem weißen Publikum, das zuvor nur den Blues aus dem Süden kannte, den energiegeladenen Chicago-Blues. Aufsehen erregte Butterfield mit seinen ersten Aufnahmen Mitte der 1960er-Jahre als legendäre Paul Butterfield Blues Band, die eklektisch elektrischen Blues mit Rock 'n' Roll, psychedelischen Einflüssen, Jazz und klassischer indischer Musik verband. Als seine wichtigsten Bandmitglieder, der Gitarrist Michael Bloomfield und der Mitstreiter aus Highschool-Zeiten, Elvin Bishop, die Band verließen, löste Butterfield diese 1970 auf, versuchte sich mit einer neuen Band namens Better Days zu etablieren, konnte jedoch nicht mehr an seine Erfolge anschließen und zog sich Mitte der 1970er-Jahre aus Gesundheitsgründen aus dem öffentlichen Leben zurück.  
Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Buttermilk Mountain**

Einer der vier Berge, die den Winterskiort Aspen in Colorado, USA umgeben und der auf mehr als 400 Hektar eine der besten Skipisten für AnfängerInnen und leicht Fortgeschrittene bietet.  
Siehe *Aspen*

### **BWIA**

Eine Fluglinie der Karibik, BWIA West Indies Airways Limited, auch als "Bee-wee" bekannt. Bereits 1940 begann BWIA Trinidad und Barbados mit ersten Flügen zu verbinden, verfügte später über das dichteste Streckennetz in der Karibik und expandierte im Laufe der Jahrzehnte nach Nordamerika und nach Europa mit einem starken Aufschwung in den 1980er- und 1990er-Jahren.

## **C**

### **Cable TV**

Eine Technik, die via Kabelanschluss (Antennensteckdose), der mit dem Fernseher oder anderen Empfangsgeräten wie Videorekorder oder Radio verbunden ist, Bild- und Tonsignale über ein Breitbandkabel in den Haushalt überträgt. Im Gegensatz zum Antennen- und Satellitenfernsehen müssen für das Kabelfernsehen meist Grund- bzw. Anschluss- und monatliche Abo-Gebühren bezahlt werden. Die explosionsartige Verbreitung des Kabelfernsehens in den 1980er-Jahren sollte eine Revolution im Fernsehen herbeiführen, wobei unter dem Begriff der "neuen elektronischen Medien vor allem neue Übertragungswege über Kabel und Satellit für konventionelle Fernsehprogramme zu verstehen"<sup>1237</sup> waren, die als solche eine amerikanische Entwicklung darstellten: Durch die Technik des Kabelfernsehens hatten kommerzielle Fernsehstationen von Ende der 1940er-Jahre bis Anfang der 1970er-Jahre den regionalen Fernsehmarkt mit Programmen versorgt. Mit der expandierenden Kabeltechnik erreichte das Kabelfernsehen die Städte und wurde zur "realen" Bedrohung für das dominierende Netzwerk-Fernsehen ABC (American Broadcasting Company), CBS (Columbia Broadcasting System), NBC (National Broadcasting Company), da erstmals Alternativen im Fernsehangebot entstanden waren. Die 1970er-Jahre in den USA waren daher von "schweren Konflikten zwischen der kommerziellen Fernsehindustrie und der neu entstandenen Kabelbranche vor der *Federal Communications Commission* (FCC) geprägt. [Gleichzeitig] formulierte die FCC 1972 die Politik der 'open skies', die es von da an 'jedem Unternehmen mit dem notwendigen finanziellen und technischen Rüstzeug' ermöglichte, Satelliten zu platzieren und deren Dienste zu verkaufen. [...] Ende der 1970er-Jahre konnte sich Kabelfernsehen auf breiter Front durchsetzen".<sup>1238</sup> Mit der Einführung des Kabelfernsehens auf Bundesebene wurde in den 1980ern die Vorherrschaft der drei *networks* CBS, ABC

---

<sup>1237</sup> Wersich, 523 ff.  
<sup>1238</sup> Ebda., 524 f.

und NBC, die “vor Einführung des Kabels ca. 90 % des tatsächlichen Fernsehangebotes bestritten”, beendet und auf unter 60 % zurückgedrängt.<sup>1239</sup> 1991 hatte der durchschnittliche amerikanische Haushalt 33 Kanäle zur Auswahl. Bateman erwähnt den HBO (Premium)-Kabelkanal, für den neben der Abonnementsgebühr für Kabelfernsehen noch eine Zusatzgebühr für ein Programmangebot ohne Werbeunterbrechung verlangt wurde und auf dem Filme wie die *The Toolbox Murders* (1988) gezeigt wurden. Mit dem Kabelfernsehen hat sich auch die Qualität des Fernsehens verändert: Da im Kabelfernsehen zumeist für mehrere Kabelsender produzierte Wiederholungen, Talkshows, alte Filme und Sportübertragungen gezeigt wurden, konnte billiger, flexibler und in der Folge für spezielle Interessensgruppen produziert werden, was sich im Fachbegriff des “narrowcasting” ausdrückt. Damit stand den nationalen *networks*, die in den vier Dekaden davor die amerikanische Öffentlichkeit über das Fernsehen homogenisiert und zusammengeführt hatten, das Kabelfernsehen gegenüber, welches sich mit seinen hoch spezialisierten und “unzensurierten” Programmen an ein ausgesuchtes individuelles Publikum wandte, die amerikanische Bevölkerung zielgruppenspezifisch ansprach und zugleich ein breiteres Programmangebot hatte. Die *networks* (CBS, ABC und NBC) reagierten auf diese Veränderung in der Fernsehlandschaft, indem sie die eigenen Programmstandards lockerten und die im eigenen Hause produzierten Serien mit mehr Gewalt und Sexualität ausstatteten, indem sie ihren Nachrichten mehr Sensationscharakter verliehen und die eigenen Sendezeiten verlängerten, um mit dem 24-h-Takt der Kabelkanäle mithalten zu können und indem sie mit wenig Erfolg versuchten, eigene Kabelkanäle einzurichten. Aufgrund der großen Verluste (1984 hatten die drei Netzwerke noch Profite von 800 Mio. US-Dollar, 1988 verbuchten diese nur mehr die Hälfte) wurden 1985 im Laufe von neun Monaten alle drei *networks* von Unternehmen aufgekauft.<sup>1240</sup> Der hohe Konkurrenzdruck durch das Kabelfernsehen auf Bundesebene sollte in den 1990er-Jahren zur Einführung der Einschaltquote führen. Es handelt sich hierbei um den Indikator der Fernsehnutzung:

[Es ist] in der Hörer- und Zuschauerforschung der prozentuale Anteil der Bevölkerung, einer Bevölkerungsgruppe oder definierten Zielgruppe, der zu einem bestimmten Zeitpunkt oder während eines bestimmten Zeitraums ein Rundfunk- oder Fernsehprogramm nutzt. Zur messtechnischen Erfassung der zur Berechnung der Einschaltquoten erforderlichen Daten kommen verschiedene Geräte zum Einsatz, die mit dem Rundfunk- oder Fernsehempfänger gekoppelt werden und die Ein- und Ausschaltzeiten sowie ggf. den gewählten Kanal automatisch registrieren. Die Daten werden lokal gespeichert und können je nach Gerätetyp entweder manuell ausgelesen oder über ein Telekommunikationsnetz (z. B. Telefonnetz/ISDN) abgerufen werden.<sup>1241</sup>

In *Über das Fernsehen* untersuchte der französische Kulturkritiker Pierre Bourdieu aktuell und unkonventionell Einfluss und Macht des Fernsehens.<sup>1242</sup> Mit der Einschaltquote belegte Bourdieu, warum das Fernsehen heute so arbeitet, dass es – journalistisch gesehen – kein informationsbietendes Medium mehr ist. Der Kampf der Einschaltquote hat sich im Übrigen aus den Funktionsmechanismen von Angebot und Nachfrage in einer hyperkonsumistischen Gesellschaft entwickelt. Es ist heute die Einschaltquote, die nach Bourdieu einer freien, demokratischen Medienberichterstattung entgegensteht:

Man kann und muss im Namen der Demokratie gegen die Einschaltquote kämpfen. Das scheint sehr paradox, denn die Parteigänger der Einschaltquote behaupten, dass es nichts Demokratischeres gebe (das Lieblingsargument der zynischsten unter den Anzeigenkunden und Werbeagenturen, das einige Soziologen übernehmen, ganz zu schweigen von gedankenarmen Essayisten, die die Kritik an Umfragen und an Einschaltquoten mit der Kritik am allgemeinen Stimmrecht gleichsetzen), dass man den Leuten die Freiheit lassen müsse, zu urteilen, zu wählen (‘Bloß eure elitär intellektuellen Vorurteile lassen euch all das als verächtlich erscheinen’). Die Einschaltquote ist die Sanktion des Marktes, der Wirtschaft, das heißt einer externen und rein kommerziellen Legalität, und die Unterwerfung unter die Anforderungen dieses Marketinginstruments ist im Bereich der Kultur genau dasselbe wie die von Meinungsumfragen geleitete Demagogie in der Politik. Das unter der Herrschaft der Einschaltquote stehende Fernsehen trägt dazu bei, den als frei und aufgeklärt unterstellten Konsumenten Marktzwängen auszusetzen, die anders als zynische Demagogen glauben machen wollen, mit dem demokratischen Ausdruck einer aufgeklärten, vernünftigen öffentlichen Meinung, einer öffentlichen Vernunft nichts zu tun haben.<sup>1243</sup>

Wenn der “Kundschaft”, dem Fernsehpublikum, somit etwas geboten wird, was sie gerne sehen möchte, steigt die Einschaltquote. Allerdings entsteht eine hohe Einschaltquote nicht durch ein anspruchsvolles kulturelles oder politisches Programm, sondern durch ein auf “Sensationen” gründendes Programm,

<sup>1239</sup> Ebd. Vgl. weiter Brucoli and Layman, *AD 80s*, 426–31 zum Kabelfernsehen allgemein.

<sup>1240</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 152.

<sup>1241</sup> <http://www.interest.de/online/tkglossar/Einschaltquote.htm> (404 Not Found).

<sup>1242</sup> Pierre Bourdieu, *Über das Fernsehen* (Frankfurt a/M: Suhrkamp, 1998): Das Buch gründet auf zwei Vorlesungen des französischen Soziologieprofessors Pierre Bourdieu über “Struktur und Wirkung des Fernsehens” am Collège de France im Jahr 1996, die vom Fernsehen übertragen und als Aufzeichnungen überarbeitet und als Buch transkribiert wurden.

<sup>1243</sup> Ebd., 95 f.

welches der breiten Masse den größten gemeinsamen Nenner wie *love, sex and violence* bietet. Dem Fernsehen wird dabei auch Macht zugeteilt zu bestimmen, was für die breite Masse "interessant" und "relevant" ist. Pierre Bourdieus kulturkritische Arbeit scheint mir deswegen besonders wichtig, da er die Abläufe der kulturellen Konsumation mit den Abläufen der kulturellen Produktion verbindet. Das ist insofern ein entscheidender Ansatz, als sich die Vorstellung des Konsumierens aus und mit der Wirtschaft entwickelt hat.

Siehe *HBO* und *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **Café des Artistes**

Ein sehr bekanntes französisches Restaurant an der Upper West Side in New York City von George Lang mit Wandmalereien und Plüsch.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Café Luxembourg**

Ein alteingesessenes französisches Bistro mit stilvollem Ambiente an der 200 W 70<sup>th</sup> Street in New York City.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Calera Jensen pinot noir**

Ein Blauburgunder des Weingutes Calera Wine Company in Hollister in Kalifornien (USA) des Besitzers Josh Jensen, der sich bereits Anfang der 1970er-Jahre auf den Anbau der französischen Rebsorten Chardonnay, Viognier und Pinot Noir spezialisiert hat.

### **California roll**

Eine Variante eines (gerollten) Maki-Sushis, traditionell gefüllt mit Avocado-, Surimi- (künstlichem Krabbenfleisch) und Gurkenstreifen.

Siehe *Sushi*

### **Calistoga**

Ein US-amerikanisches Mineralwasser aus Calistoga, Napa Valley in Kalifornien, welches von den berühmten Calistoga-Thermen vulkanischen Ursprungs gespeist wird.

### **Calvin Klein**

Ein US-Modedesigner aus New York City (\* 1942) mit Kultstatus, dessen einfache Modeschnitte für einen minimalistischen Look stehen. Nach der Gründung des Unternehmens Calvin Klein Ltd. 1969 durch Calvin Klein und seinem Freund aus Kindertagen Barry K. Schwartz wurde der Modeschöpfer bereits in den 1970er-Jahren mehrmals ausgezeichnet und erregte mit seinen Werbekampagnen in den 1980er-Jahren immer wieder großes Aufsehen. Seine Jeans-Kampagne (*Calvins*) mit der noch sehr jungen Brooke Shields Anfang der 1980er-Jahre leitete die "Ära der Supermodels" mit ein, wo Models nicht mehr nur Mode vorführten, sondern als Persönlichkeiten in Fernsehen und Film, in Werbespots und auf MTV vermarktet wurden. Bateman erwähnt mehrmals Kleins Frauenduft "Obsession" (*AP* 21, 110, 119) aber auch Calvin Kleins provokante, da sexuell unverhüllte und sehr kontroverse Unterwäsche-Werbekampagne, über der er masturbiert. Damit spielt Ellis doppelt auf Calvin Klein an (vergleiche *AP* 24): Ende der 1980er/Anfang der 1990er schockierte der Modedesigner mit seinen jungen, Magersucht suggerierenden, fragilen Mädchenmodellen (wie beispielsweise Kate Moss), deren Einfluss auf junge, heranwachsende Mädchen und deren Schönheitsideale enorm hoch war und in der westlichen Welt auch messbar wurde. Das Alter für Models hat sich seither nicht nur zunehmend verjüngt und längst die 18 Jahre-Grenze unterschritten, es hat sich auch der Vorbildcharakter dieser Models auf junge Frauen und Männer mit einer extremen Zunahme von Essstörungen bemerkbar gemacht. An einer anderen Stelle in *American Psycho* findet sich auch eine klare Anspielung auf diesen Trend, und zwar als Van Patten die Freundin eines Kollegen als "She's a model. Anorexic, alcoholic, uptight bitch. *Totally French*." (*AP* 43) bezeichnet.

Siehe *Obsession* und *MODE in den 1980ern*

### **Camcorder**

Eine tragbare Videokamera, um Bild und Ton zunächst analog und später fast ausschließlich digital aufzunehmen und auch abzuspielen. Der Camcorder (Camera + Recorder) wurde 1984 von Kodak eingeführt. 1985 brachte Sony die erste Handycam auf den Markt.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Camden College**

Ein fiktives College, das in den Romanen von Bret Easton Ellis seit *Less Than Zero* (1985) immer wieder als Ausbildungsort seiner Protagonisten weitertradiert wird. Mit der Lokalisierung des Camden College in Vermont als Privatcollege mit breiter Allgemeinbildung, das vor allem von Frauen besucht wird (was Bateman abfällig erwähnt) weist Ellis wahrscheinlich auf das Bennington College<sup>1244</sup> hin, dessen Abgänger er selbst 1986 war und das seinen Ursprung als Frauencollege hat.

### **Canadian Spring**

Ein Quellenwasser aus Kanada. In den 1980er-Jahren wurde vermehrt Quellenwasser gefasst und vermarktet.

### **Canal Bar**

Ein in den 1980er-Jahren sehr beliebtes Restaurant an der 511 Greenwich Street und Spring Street in Downtown Manhattan des Besitzers Brian McNally.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Canali Milano**

Eine italienische Marke für exklusive Herrenmode des gleichnamigen Mailänder Familienunternehmens. Die Mode wird ausschließlich in Italien produziert und wurde bereits in den 1980er-Jahren zu 50 % exportiert.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Captain Lou Albano**

Ein US-amerikanischer Profi-Wrestler (\* 1933, † 2009), der in den 1980er-Jahren durch seine Auftritte in Cindy Laupers Musikvideos ein Comeback feierte. Sein Kennzeichen waren mit Gummibändern gepiercte Wangen.

### **Caribbean**

Eine 4.000 km lange Inselgruppe, auch westindische Antillen genannt, im atlantischen Ozean von Miami bis nach Venezuela reichend und zu der auch die historisch verbundenen Guyana-Länder gehören. Die Karibik war in den 1980er-Jahren ein beliebtes Ziel amerikanischer Urlaubsgäste.

### **Carlisle, Belinda**

Eine US-amerikanische Popsängerin (\* 1958), die nach ihrer Punkrock-Frauenband The Go-Go's eine Solokarriere feierte. Ihr Debütalbum *Belinda* (1986) brachte gleich wie ihr zweites Album *Heaven on Earth* (1988) Gold und etablierte die ehemalige New-Wave-Rockerin als Mainstream-Popsängerin. 1989 folgte das Album *Runaway Horses* und noch weitere CDs in den 1990ern, wobei Carlisle nicht mehr an ihren Erfolg anschließen konnte und sich 1994 wieder den neu formierten Go-Go's anschloss.

Siehe *Go-Go's, The* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Carlyle, The**

Ein traditionelles New Yorker Luxus-Hotel mit europäischem Ambiente und Gästen aus Politik und Film in der Nähe des Metropolitan Museums.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Carolina Herrera**

Eine aus Venezuela gebürtige US-Designerin (\* 1939), deren Name seit Mitte der 1980er für Zurückhaltung im Luxus, Eleganz und Stil steht. Herrera hatte ihren Durchbruch zunächst mit Parfüms, dann mit Strick- und Lederwaren, Uhren und Accessoires.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Carter, Nell**

Eine US-amerikanische Schauspielerin und Sängerin (\* 1948, † 2003), die in ihrer Rolle als Haushälterin Nell Harper in der Fernseh-Sitcom "Gimme a Break!" (1981–87) berühmt wurde. Nach verschiedenen Rollen am Broadway erhielt Carter einen Obie Award und einen Tony Award für ihre Rolle in "Ain't Misbehavin'" (1977), einer Revue über das Werk von Fats Waller sowie verschiedene weitere Auszeichnungen für ihr Werk.

---

<sup>1244</sup> Bennington College | Bennington College. [www.bennington.edu](http://www.bennington.edu).

**Cartier**

Eine vom französischen Juwelier und Unternehmensgründer Jean-François Cartier 1847 gegründete Marke für exklusive Uhren und für feinste Waren aus Edelmetall. 1917 eröffnet der renommierte Juwelier seinen Hauptsitz in den USA in einem 1904 erbauten herrschaftlichen Wohnhaus, bis heute auch als Cartier Fifth Avenue Mansion an der Fifth Avenue und 52<sup>nd</sup> Street bekannt.

**Carver**

Eine exklusive US-amerikanische Audio-Produktmarke seit 1976, nach dem Gründer Robert W. Carver benannt. Carvers Erfolgsgeschichte geht auf die 1980er-Jahre zurück, wo der Unternehmer der steigenden japanischen Konkurrenz mit preislichem Wettbewerbsvorteil exklusive Stereoqualitätssysteme mit hippen Namen und Design entgegengesetzte; diese wurden ausschließlich über den qualifizierten Fachhandel vertrieben. 1986 führte Carver seinen ersten Lautsprecher mit dem Namen "The Amazing Loudspeaker" und verschiedene Merkmale wie die "Sonic Holography" ein, wonach mit einem Druckknopf der Sound "dreidimensional" verstärkt werden konnte.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

**Cashmere**

Eine der feinsten Wollen der gleichnamigen Ziege aus den Hochländern Südasiens.

**Casio**

Ein japanisches Hightech-Unternehmen, das mit der Erfindung des elektronischen Taschenrechners berühmt wurde. Der in *American Psycho* erwähnte "Casio QD-150 Quick-Dailer" (AP 225) ist ein Taschencomputer.

Siehe *COMPUTER in den 1980ern* und *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

**Castellini**

Ein italienisches Textilunternehmen an der Mailänder "Via Della Spiga" mit einer hundert Jahre alten Familientradition für handgewebtes Leinen, Baumwolle und Seide, das seinen Ursprung in der Hanf- und Wollspinnerei Castellini und der Seidenfabrik Braghenti von Como hatte. Nach Verkauf der beiden Fabriken an das Textilunternehmen Ratti in Como gründeten Emanuele Castellini und sein Cousin, der Architekt Piero Castellini, 1996 ein neues Unternehmen, C&C Milano, für Dekorationsstoffe im Innenbereich.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Caswell-Massey**

Ein New Yorker Geschäft, das Luxusdüfte für Damen und Herren anbietet und als ältestes auf diesem Gebiet auch eine historische Apotheke führt.

Siehe *SHOPPING*

**Cat Club**

Ein Nachtclub in New York City zwischen Broadway und 4<sup>th</sup> Avenue mit verschiedenen Musikrichtungen, von Heavy Metal bis New York Swing Dance und unterschiedlichem Publikum.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**Cayman Airways**

Eine 1968 gegründete Fluglinie der Cayman Islands, auf Deutsch Kaimaninseln, einer Gruppe von britischen Inseln im Karibischen Meer südlich von Kuba. Die Fluglinie gehörte bis 1977 zu 49 % LACSA, einer costa-ricanischen Fluglinie, und wurde dann von der Regierung der Kaimaninseln (einer Kronkolonie mit beschränkter Selbstverwaltung) übernommen.

**CBS**

Eine Abkürzung für englisch "Columbia Broadcasting System"; mit NBC (National Broadcasting System) einer der ersten Fernsehstationen der USA seit 1927.

Siehe *Cable TV*

**CCD**

Ein lichtempfindliches elektronisches Bauteil zur fein gerasterten Messung der Lichtstärke für Video- und Digitalkameras.



## **CD**

Eine Abkürzung für englisch “Compact Disc”, einem optischen Massenspeicher zur digitalen Speicherung von Musik. Die CD wurde Anfang der 1980er-Jahre als Ersatz für die Schallplatte und nach Festlegung eines gemeinsamen Standards für Audioaufnahmen von Philips und Sony gemeinsam eingeführt. 1988 wurden bereits 100 Millionen Audio-CDs produziert. Eine Modifikation des Formats hat daraufhin auch das Speichern von Computerdaten (CD-Rom) ermöglicht.

Siehe *Sony* und *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

## **“Centerfold”**

Ein Top-Hit (1981) der US-amerikanischen J. Geils Band, der die Rock 'n' Roll-Gruppe nach einer Dekade musikalischer Aktivität erstmals zur Nummer 1 machte, die US-Top-Charts sechs Wochen lang anführte und der Band einen Platz in der US-Popwelt sicherte.

Siehe *J. Geil Band*

## **Central Park**

Ein 4 km langer und 1 km breiter, knapp 350 ha großer Park inmitten von Manhattan, der 1853 als “grüne Lunge” für die Bevölkerung von New York errichtet wurde. Er ist mit Spielplätzen, Zoo, Aussichtsplattform und Freilichttheaterbühne ausgestattet und zeigt Naturlandschaften, die verschiedenen Gegenden der USA in Miniatur nachgebildet sind.

## **CEO**

Eine Abkürzung für englisch “Chief Executive Officer”, auf Deutsch gängig für Generaldirektor/in, Hauptgeschäftsführer/in oder Vorstandsvorsitzende/r.

## **Cepacol**

Eine US-amerikanische Marke für ein gelbgetöntes antibakterielles Mundwasser und Mittel gegen Halsschmerzen der Firma J. B. Williams Company, Inc., das rezeptfrei erhältlich ist und in den 1980er-Jahren sehr beliebt war.

## **Ceralene**

Eine exklusive französische Porzellanmarke.

## **Cerruti 1881**

Eine Modemarke des italienischen Modeschöpfers Nino Cerruti (\* 1930, † 2022), der aus einem Textilunternehmen mit Tradition (1881) 1967 die berühmte Modemarke – Cerruti 1881 – mit Sitz in Paris gemacht hat. Cerruti's Markenmode war bekannt für klassische Anzüge aus Wolle für Männer und Frauen.

Siehe *MODE in den 1980ern*

## **Certs**

Ein Erfrischungsbonbon mit Minze-Geschmack, das wegen seines geschützten Inhaltsstoffes Retsyn Mundgeruch verringert. Das kanadische Markenbonbon wurde mit dem Slogan “Two, two, two-mints-in-one” bekannt, der auf Certs Eigenschaften sowohl als Süßigkeit als auch als Erfrischungsbonbon hinwies.

## **Challenger**

Ein US-amerikanischer Raumtransporter, auf Deutsch “Herausforderer”. Dieses zweite Space Shuttle der NASA – nach Columbia mit Erststart 1983 – explodierte am 28. Januar 1986, 73 Sekunden nach dem Start der Mission STS-51-L, mit sieben Astronauten an Bord. Grund war ein defekter Dichtungsring der Feststoffraketen. Der bis dahin schwerste Unfall in der Raumfahrtgeschichte der USA wirkte weltweit und insbesondere auf die amerikanische Bevölkerung wie ein nationales Trauma.

## **Chambers, Robert Jr.**

Ein Mörder in den USA (\* 1966), auch als Preppie-Mörder bekannt. Robert Emmet Chambers Jr. hatte 1988 gestanden, zwei Jahre zuvor seine Begleiterin Jennifer Levin im Central Park brutal verletzt und während eines “rough” Sex getötet zu haben. Nach der offiziellen Verteidigungslinie wäre Chambers von Levin vergewaltigt worden. Ein Video, in dem Chambers mit Freunden das Erdrosseln einer Puppe simuliert, wurde daraufhin im Fernsehen gesendet. Dieser Mord erschütterte vor allem die New Yorker High Society, da der Mörder aus ihren Reihen stammte.

Siehe *SERIENMORD in den 1980ern*

### **Chanel**

Eine Modemarke und ein Modehaus der "Grande Mademoiselle" der französischen Hautcouture, "Coco Chanel", geboren als Gabrielle Chasnel (\* 1883, † 1971). Der Name Chanel steht für das "kleine Schwarze" (1926) und das Parfüm "Chanel N° 5" (1921). Beides sind zeitlose Kreationen, die Coco Chaneles Ausspruch bestätigen: "Mode ist vergänglich. Stil niemals. Chanel ist ein Stil." Ihre stilistischen Kreationen, schlicht und funktional, ab 1910 setzten einen Gegenpunkt zu der damals überladenen und reich verzierten Damenmode. Cocos Grundsatz lautete von da an: "Weniger ist mehr". Nach ihrem Tod führten Chanel-Mitarbeitende und Designschaffende das Haus weiter, bis Karl Lagerfeld 1983 die Leitung übernahm und Elemente des Chanel-Stils immer wieder neu interpretierte und in die aktuelle Mode integrierte.

Siehe *Karl Lagerfeld* und *MODE in den 1980ern*

### **Chapman, Mike**

Ein australischer Plattenproduzent und Texter, der als Michael Donald "Mike" Chapman (\* 1947), mit seinem Geschäftspartner Nicky Chinn viele britische Pop- und Rockformationen in den 1970er- und 1980er-Jahren produzierte und förderte. Das in *American Psycho* erwähnte Lied "Heart and Soul" wurde von ihm und Chinn für Huey Lewis & the News, der Lieblingsmusikgruppe von Patrick Bateman, geschrieben und trug maßgeblich zu deren Bekanntheit bei (AP 355). Der Song erschien als gleichnamige Single auf dem Album *Sports* (1983) und erklomm die Nummer 1 auf den Billboard-Charts.

Siehe *Chinn, Nicky; Huey Lewis & The News* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Chappellet chardonnay**

Ein Chardonnay des 1967 im kalifornischen Napa Valley entstandenen Weinguts mit Familientradition, der Chappellet Winery, die vor allem auf die französische Rebsorte Cabernet Sauvignon spezialisiert ist. Der erste Weinjahrgang 1969 – ein Chappellet Cabernet Sauvignon – galt in den 1980er-Jahren als einer der teuersten US-amerikanischen Weine.

### **Chaps**

a) Eine Bezeichnung für spezielle Lederhosen im Cowboystil, die über Jeans getragen werden und nur die Vorderseite und nicht das Gesäß bedecken. Seit Ende der 1970er-Jahre wurden diese Hosen bei homosexuellen Männern zum Fetisch.

b) Eine 1979 für Ralph Lauren kreierte Aftershave-Linie mit einem feinen holzartigen und orientalischen Duft für "aktive" Männer. Chaps wurde daraufhin als günstige Modelinie weiterentwickelt.

Siehe *Ralph Lauren* und *MODE in den 1980ern*

### **Charivari**

Eine Modeboutique in Manhattan, New York, die 1967 von der Modeschöpferin Selma Wieser für ihre Eigenkreationen eröffnet wurde und Trend setzend wirkte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Charvet**

Eine französische Hemdschneiderei. Diese erste Pariser Schneiderei nach dem gleichnamigen Begründer, welcher Jacques Offenbach, den Grafen von Windsor, Charles De Gaulle und J.F. Kennedy beliefert hatte, zeichnet für den Jockey Club und ist für ihre hohe Stoffqualität, sorgfältige Ausarbeitung wie Eleganz bekannt und bietet auch Konfektionshemden an.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Chase Manhattan**

a) Ein 1961 von Skidmore, Owings & Merrill errichtetes Gebäude in New York City. Bauherr David Rockefeller schenkte mit der einen Block ausfüllenden Plaza rings um das fast 250 m hohe Bauwerk (Chase Manhattan Bank Building) dem Wall-Street Viertel die erste moderne Oase mit dem "Stein und Wassergarten" von Isamu Noguchi und der "Baumgruppe" von Jean Dubuffet. Mit dem Kapitel "Chase, Manhattan" (AP 347–52) spielt Ellis nicht nur auf die polizeiliche Verfolgung und Flucht von Bateman durch Manhattan an, sondern liefert mit dem gleichnamigen Gebäude auf der Plaza auch indirekt eine Ortsangabe: Die Flucht spielt sich auf der Chase Manhattan Plaza zwischen Liberty, William, Pine und Nassau Straße ab.

b) Chase Manhattan war in den 1980er-Jahren eine der größten US-Banken. 2000 fusionierten The Chase Manhattan Corporation und die J.P. Morgan & Co. Incorporated zu J.P. Morgan Chase & Co., einem der daraufhin wichtigsten Finanzdienstleister im Bereich des Investmentbankwesens,

Anlagenmanagements, des privaten Beteiligungskapitals, der Verwahrung sowie von Transaktionsdiensten, Finanzdiensten für den Mittelmarkt sowie der e-finance.  
Siehe *Teil III über American Psycho*

### **Chassagne-Montrachet**

Eines der fünf französischen Weingebiete im Burgund mit der kontrollierten Ursprungsbezeichnung "Côte des Blancs", wo als Weißweinsorte ausschließlich Chardonnay und als Rotweinsorte Pinot Noir an- und angebaut werden und der Wein nach seiner Herkunft benannt ist.

### **Château Margaux**

Einer der teuersten und berühmtesten (französischen) Rotweine der Welt des gleichnamigen Premier Grand Cru-Weingutes aus dem Médoc bei Bordeaux seit 1855. Durch eine neue konsumentenorientierte Bewertung von Bordeaux-Weinen in den 1980er-Jahren durch den amerikanischen Weinkritiker Robert Parker erfuhren Bordeaux-Weine einen bis dahin unbekanntes weltweiten Hype.

### **Cheerio**

Ein Cocktailwürstchen, das mit Tomatensauce und Chips verspeist wird und umgangssprachlich ein Synonym für "Penis" ist.

### **Chelsea**

Ein New Yorker Stadtviertel mit den ältesten historischen Gebäuden unterschiedlicher Stile in Manhattan, das gleich wie TriBeCa zur beliebten Zuzugsstätte für Kunsthandel und Kunstschaffende aus SoHo wurde, seit jeher aber traditioneller Treffpunkt der (alternativen) Filmindustrie war. Darin befindet sich auch der Meatpacking District, einstiges Zentrum von New Yorks Schlachtbetrieben und Fleischhandel von nationaler Bedeutung. In den 1980er-Jahren beherbergte diese Gegend viele Nachtclubs für Schwule; die Prostitution von Transvestiten war verbreitet. Langsam mutierte auch diese Umgebung zu einer trendigen und hochpreisigen Gegend, einem Szeneviertel.  
Siehe *GENTRIFICATION*

### **Chemical Bank**

Eine historische US-amerikanische Bank mit ehemals gleichnamigem Gebäude; sie gehörte später zu J.P. Morgan Chase und wurde in den 1980ern mit ihren Investitionen in Risikofonds bekannt. Eine "Chembank card" bezeichnet die Bankomatkarte dieser Bank.

### **Cher**

Eine US-amerikanische Sängerin und Schauspielerin (\* 1946), deren Wirken seit Anfang der 1960er-Jahre mehrere Phasen umfasste. Nach ihrer Zusammenarbeit und Ehe mit dem Komponisten, Produzenten und Sänger Salvatore "Sonny" Bono, der 1998 verstarb, und unzähligen Hits in den 1960ern und 1970ern als musikalisches und schauspielerisches Duo Sonny and Cher sowie unter verschiedenen Plattenfirmen als Solokünstlerin, veränderte sich Chers Stimme und Auftreten vom Girlgroup-Teen-Pop-Stil zu einer selbstbestimmten, Folk beeinflussten Popsängerin. Ab Mitte der 1970er-Jahre trat Cher – nun in einer Solokarriere – mehr als Schauspielerin denn als Sängerin auf und beeindruckte in *Silkwood* (1983), *Mask* (1985) und *The Witches of Eastwick* (1987) mit ihrem darstellerischen Talent, was ihr für *Moonstruck* 1987 den Academy Award for "Best Actress" einbrachte.  
Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **"Cherish"**

Ein Hit (1966) der Popgruppe The Association, deren Geschichte 1965 im Troubadour Club in Hollywood begann. Eine 13-Mann-große Band namens The Men gab dort ihr Debüt mit einer neuen Art von Musik, die als "Folk-Rock" bekannt wurde. Nach einigen Auftritten löste sich die Band auf, wobei sich einige der ehemaligen Mitglieder mit dem Sänger und Songschreiber Terry Kirkman zur neuen Band The Association zusammenschlossen, deren Repertoire von Folk, Rock bis zu Jazz und komödiantischen Einlagen reichte. "Cherish" erschien im August 1966 und verkaufte sich innerhalb von zwei Monaten millionenfach und blieb fast einen Monat lang die Nummer 1. David Cassidys Neuaufnahme von "Cherish" 1971 brachte dem Song daraufhin den internationalen Durchbruch.  
Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Chernobyl**

Eine Anspielung des Autors Bret Easton Ellis auf den schwersten Kernkraftwerksunfall der Welt am 26. April 1986 in Tschernobyl nördlich von Kiew in der Ukraine, wo ein Reaktorblock (Nr. 4) explodierte.

Aufgrund der fehlenden Sicherheitshülle wurde ein großer Teil der Spaltprodukte in die Höhe geschleudert. Dieser Unfall führte in ganz Europa zu einem radioaktiven Fallout sowie zu enormen menschlichen Tragödien und Folgeschäden.

### **Chinn, Nicky**

Ein englischer Liederkomponist (\* 1945), der mit seinem Geschäftspartner, dem Plattenproduzenten Michael Donald "Mike" Chapman, bis zu ihrem Bruch 1983 viele Nummer-1-Hits in UK und den USA in den 1970er- und 1980er-Jahren hervorbrachte.

Siehe *Chapman, Mike; Huey Lewis & The News* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Chlamydia**

Eine sexuell übertragbare Erkrankung, auch als Durant-Nicholas-Favre-Krankheit bekannt. Eine unentdeckte Chlamydien-Infektion kann über eine Entzündung der inneren Genitalorgane zu Unfruchtbarkeit führen.

### **Choate Rosmary Hall**

Ein unabhängiges, exklusives US-amerikanisches Privatgymnasium, das 1971 durch den Zusammenschluss zweier von derselben Familie gegründeten Schulen in Wallingford, Connecticut: der Rosemary Hall, einer 1890 gegründeten Mädchenschule und der 1896 gegründeten Jungenschule The Choate School, entstanden ist.<sup>1245</sup>

### **Chow, Tina**

Ein berühmtes US-amerikanisches Fotomodell der 1970er-Jahre und Designerin in den 1980er-Jahren. Chow, mit bürgerlichem Namen Bettina Louise Lutz, starb 1992 im Alter von 41 Jahren an den Folgen von AIDS.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Chow-Chow**

Eine chinesische Hunderasse mit blauer Zunge aus der Familie der Spitze, die in China verzehrt bzw. für den Hundepelz geschlachtet wird. Die Hunde werden ob ihres Misstrauens Fremden gegenüber auch als Wachhunde genutzt. Diese Hunderasse wird in Rot, Schwarz, Blau, Zimt- und Cremefarben sowie in Weiß gezüchtet. Im 19. Jahrhundert wurde der Chow-Chow nach England importiert und stieg dort im Besitz von Königin Victoria zum Luxushund auf.

Siehe *HUNDE in den 1980ern*

### **Christian Dior**

Ein französischer Modedesigner (\* 1905, † 1957), der als erster in der Modebranche Markenlizenzen für einzelne Produkte vergab. Dior hatte sich in den 1950er-Jahren mit seinen klassischen Anzügen, seiner weiblichen Glockenblumen-Linie (enges Oberteil, schmale Taille und weite Röcke) und H-, A- und Y-Linien einen so starken Namen gemacht, dass er die Mode mit seinem "New Look" fast diktierte. Nach seinem Tod führten zahlreiche Modedesigner wie Yves Saint-Laurent oder John Galliano das Dior-Modeimperium weiter. "(Christian) Dior" steht für einen romantischen und sehr weiblichen Look.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Christian Lacroix**

Ein französischer Modeschöpfer (\* 1951) und ehemaliger Kunststudent, der – beeinflusst von den regionalen Traditionen und Bräuchen Südfrankreichs und der Provence – ab 1987 unter "Christian Lacroix" seine eigene Prêt-à-porter-Mode und Parfüms kreiert. Neben vielen Theater- und Opernkostümen steht sein Name auch als Marke für ausgefallene Kreationen, die Fröhlichkeit und sinnliche Opulenz mit mediterranem Esprit verbinden.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Christie, Lou**

Ein US-amerikanischer Popsänger mit bürgerlichem Namen Lugee Alfredo Giovanni Sacco (\* 1943), der, klassisch ausgebildet, als eine der größten und markantesten Falsetto-Stimmen gilt. Christie arbeitete als Hintergrund Sänger für Bands in Pittsburgh, vertonte vor allem aber eigene Songs, wovon einige Mitte der 1960er-Jahre zu Hits wurden.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

---

<sup>1245</sup>

Choate Rosemary Hall | Private Boarding and Day School, [www.choate.edu](http://www.choate.edu).

### **Christine Van Der Hurd**

Eine britische Textildesignerin (\* 1951) mit Unternehmenssitz in London seit 1990, die in den 1980er-Jahren mit ihrem besonderen Teppich- und Deckendesign und ihren Auftragsarbeiten für DesignerInnen und Modehäuser ihren internationalen Durchbruch in New York City hatte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Christofle**

Ein 1830 gegründetes französisches Familienunternehmen für hohe Silberschmiedekunst, Luxusprodukte und edle Haushaltswaren, Porzellan sowie Geschenke nach dem gleichnamigen Begründer, dem Juwelier Charles Christofle, das ob seiner Zusammenarbeiten mit renommierten Designerinnen und Designern und für seine Sammlerstücke bekannt ist.

### **Chrysalis Records**

Eine britische Plattenmarke seit 1968/69, deren Name eine Kombination aus den Namen der beiden Begründer Chris Wright und Terry Ellis darstellt. In den 1980er-Jahren publizierte die unabhängige Plattenfirma vor allem Musik der britischen neuromantischen Bewegung. 1989 kauft die damalige THORN EMI 50 % von Chrysalis Records und 1991 die restlichen 50 %: Chrysalis Records wird Teil der Londoner EMI Group, der weltweit größten "unabhängigen" Plattenfirma, wobei der Musikverlagsbereich als Chrysalis Music weiterläuft. 2004 gibt es weltweit nur mehr vier große Plattenfirmen (EMI Group, Universal Music Group, Warner Music Group und Sony BMG Music Entertainment), die im Laufe der Jahre durch Übernahmen und Fusionen kleinere Plattenfirmen mit ihren Marken übernommen haben und sich den Markt mit einigen kleinen Plattenlabels im Nischenbereich teilen.

Siehe *Arista Records* und *Atlantic Records*

### **Chrysler Building**

Ein 1930 im Art-Déco-Stil nach Plänen von William Van Alen für den Automobilhersteller Walter P. Chrysler erbautes Gebäude, das mit 319 m Höhe, bis zur Fertigstellung des Empire State Building, das höchste Gebäude der Welt war und eine 60 m hohe Spitze, den "Vertex" besitzt. Auch dieses Gebäude stellt mit seinem Design – Dreieckfenster in Licht umrandeten Bögen, gigantische Autokühlerfiguren, Chryslers Adler aus Chrom im 61. Stock und vier Kühlerhauben, die im 31. Stock die Ecken des Gebäudes markieren – ein Wahrzeichen von New York City dar.

### **Cinemax**

Ein US-amerikanischer Fernsehkabelkanal mit Kinoprogramm im Abonnement seit den 1980ern.

Siehe *Cable TV*

### **Cineplex Odeon**

Eine US-amerikanische Kinokette, deren Geschichte die Entwicklung der Kinos in den 1980er-Jahren verkörpert und vom kanadischen Unterhaltungsmogul Garth Drabinsky als erstes Kinocenter mit mehreren Sälen und Gegenpol zu den kleinen, meist inhabergeführten Kinos gegründet wurde. Als in den 1980er-Jahren die Entwicklung einsetzte, dass Hollywoods Produktionsfirmen wie Warner Bros. oder Columbia beispielsweise auch Kinosäle übernahmen, wurden im Jahr 1986 fünfzig Prozent der Anteile der Cineplex Odeon-Kette – damals die größte Kinokette Nordamerikas – von MCA, der damaligen Stammfirma von Universal, gekauft. Zeitgleich hatte Cineplex selbst begonnen, lukrative Kinoketten wie Septum, Essaness, Neighborhood Theaters Inc., RKO Century und Sterling Recreation Organization Theaters zu kaufen sowie das prestigeträchtige Carnegie Hall Cinema in New York City zu pachten. Das führte daraufhin zu einem amerikaweiten Übernahme-Rush auf Kinohäuser.

### **Citibank**

Eine US-Bank, die – 1812 als City Bank of New York gegründet – in den 1980er-Jahren auch wegen ihres Know-hows und ihrer Verbindungen als größte und einflussreichste Bank der Welt galt; seit 1998 ist sie Teil der Citigroup Inc.

### **City Hall**

Ein historisches Gebäude seit 1812, das als Rathaus von New York im französischen Renaissancestil in Lower Manhattan neben dem Amtssitz der Bürgermeisterin bzw. des Bürgermeisters auch ein Museum zur Stadtgeschichte beheimatet. Im angrenzenden City Hall Park verlas 1776 George Washington die amerikanische Unabhängigkeitserklärung. Zur Zeit der Stadtgründung New Yorks lag die City Hall am

nördlichen Stadtende Manhattans, das sich danach von der Südspitze ausgehend in Richtung Norden weiterentwickelte.

### **Claiborne**

Eine US-amerikanische Modeschöpferin mit belgischen Wurzeln (\* 1929, † 2007), Elizabeth Claiborne, deren Marke "Liz Claiborne" seit 1976 für einen funktionalen Prêt-à-porter-Stil für Geschäftsfrauen steht und damals erstmals eine Alternative zu den traditionellen Geschäftsanzügen für Frauen bot. In den 1980er-Jahren erweiterte Claiborne ihre Modemarke sukzessive mit Sportbekleidung, Schuhen und Einrichtungsgegenständen. 1986 lancierte die Modeschöpferin ein Parfüm für Frauen: "Liz Claiborne" mit Pfirsich-, Bergamotte-, Maiglöckchen-, Moos- und Rosennoten. 1990 zog sie sich aus der Unternehmensleitung zurück. Liz Claiborne Inc. war die erste von einer Frau gegründete Firma, die es unter die Fortune 500-Liste der erfolgreichsten US-amerikanischen Unternehmen geschafft hatte. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Claridge's**

Ein De-Luxe Hotel in London, GB, mit jahrhundertealter Tradition.

### **Clash, The**

Eine der erfolgreichsten britischen Punkrock-Bands, die die Revolution der Arbeiterklasse feierte und musikalisch experimentierte. Mit ihrer Musik und dem Image der klassischen Gesetzesbrecher wurden sie in den 1970ern in Großbritannien zu Rock 'n' Roll-Helden, die mit ihrem Doppelalbum *London Calling* 1979 ihren ersten großen Durchbruch hatten, aber erst 1982 mit *Combat Rock* die US-Charts eroberten. Am Beginn ihres kommerziellen Erfolges führten interne Spannungen und eine neue Gruppenformation 1986 zur Auflösung der Band.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Claude Montana**

Ein französischer Modeschöpfer (\* 1947), dessen Mode durch einfache, an Skulpturen erinnernde Strukturen und Anmut auffiel. In den 1980er-Jahren entwarf Montana die hochstilisierte, geometrisch perfekte Frau in seiner Mode, welche er in Theaterpräsentationen mit Lichtspiel und Gestik inszenierte. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Clemons, Clarence**

Ein US-amerikanischer Saxofonspieler und Sänger (\* 1942, † 2011) in Bruce Springsteens Backup-Band E Street Band von 1973 bis 1989, der auch eine Solokarriere verfolgte.

### **Clinique**

Eine US-amerikanische Kosmetikmarke, die sich seit ihrer Einführung 1968 auf allergie- und parfümfreie Hautpflege- und Make-Up-Produkte spezialisiert hat. Bateman erwähnt den "Clinique Counter" im Bloomingdale's (AP 178) und im Bergdorf's (AP 179), was den Trend von Designerinnen und Designern und von Kosmetikunternehmen in den 1980ern belegt, eigene Verkaufsstände in Kaufhäusern einzurichten.

Siehe *SCHÖNHEITSWAHN*

### **Clonopin**

Ein verschreibungspflichtiges Beruhigungsmittel und US-Markenprodukt, Klonopin, das starke Nebenwirkungen hat und in den 1980er-Jahren sehr gängig war. Es wirkt bei epileptischen Anfällen auch entkrampfend.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Club soda**

Ein mit Kohlensäure in Flaschen abgefülltes Tafelwasser, auch als Sodawasser oder Sprudel bekannt.

### **CNN**

Eine Abkürzung für englisch "Cable News Network", einem 1980 von Ted Turner gegründeten US-amerikanischen TV-Nachrichtensender der Medienanstalt Time Warner/AOL mit Hauptsitz in Atlanta (GA). CNNs Übertragung von Live-Bildern vom Golfkrieg der USA gegen den Irak 1991, der auch die Instrumentalisierung von Exklusivberichterstattung vorgeworfen wurde, machte den Sender weltweit bekannt. Heute gibt es neben der US-Ausgabe von CNN auch CNN International mit

mehrsprachigen Versionen sowie spezialisierte Kanäle wie einen Finanzkanal, Sportsender, Radiosender und den exklusiv auf Flughäfen ausgestrahlten CNN Airport-Sender.  
Siehe *Cable TV* und *MASSENMEDIEN in den 1980ern*

### **Coach Leatherware**

Eine US-amerikanische Lederwarenmarke, die für hohe Qualität und Lebensdauer steht, von Material und Design eines Baseball-Handschuhs inspiriert ist und als Familienunternehmen in einem Loft in Manhattan mit einer ähnlich kreierten Handtasche ihren Anfang nahm. Heute steht Coach für die perfekte Balance zwischen Ästhetik und Funktionalität, wobei Größe, Form, Anzahl der Taschen und Riemen Effizienz, Bequemlichkeit und Verbraucherfreundlichkeit bieten sollen.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Cocaine**

Ein Extrakt der Koka-Blätter, welches als teures und aufputschendes Rauschmittel, umgangssprachlich auch als *coke* bezeichnet, mit der Kreditkarte geteilt und "gezogen" wurde und Teil des Yuppie-Images in den 1980er-Jahren war.  
Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Cocktail**

Ein US-amerikanischer Kinospielefilm (1988, Regie: Roger Donaldson) mit Tom Cruise als New Yorker Barmixer Brian Flanagan in der Hauptrolle. *Cocktail* ist eine Mischung aus klassischer amerikanischer Erfolgsgeschichte und einer Liebesgeschichte, mit dramatischen Momenten durchsetzt.  
Siehe *Cruise, Tom* und *YUPPIE*

### **Coke**

- a) Eine koffeinhaltige Limonade der US-amerikanischen Coca-Cola Company seit 1886, die in der Herstellung von alkoholfreien Getränken und Sirups weltweit führend ist. Seit der boomenden Gesundheitsindustrie in den 1980ern gibt es neben der Coke Classic, der klassischen Coca-Cola im roten Design, mit Diet Coke auch eine Null-Kalorien-Version dieses Getränkes.
- b) Eine umgangssprachliche Bezeichnung für *cocaine*, Kokain.  
Siehe *Diet Coke* und *Cocaine*

### **Cold Springs**

Ein natürliches Mineralwasser der um 1900 gegründeten Cold Spring Brewing Company aus Cold Spring in Minnesota, USA, die das eigene Quellwasser ab 1917 als Cold Spring Mineral Water abfüllte und dessen Absatz in den 1980er-Jahren rasant anstieg, während das Unternehmen mit seinen niedrigpreisigen Biermarken zeitgleich fast scheiterte.

### **Cole, Nat 'King'**

Ein US-amerikanischer Musiker (\* 1919, † 1965) aus Montgomery (AL), der in den 30 Jahren seines Schaffens – von Ende der 1940er- bis Mitte der 1960er-Jahre – auch verschiedene Kontroversen um seine Person und Musik provoziert hat. Sein Wechsel vom erfolgreichen Jazzsänger und -pianisten in den 1930ern und 1940ern zum erfolgreichen Popsänger mit Hit-Alben, internationalen Touren und diversen Auftritten in – auch eigenen – Radio- und Fernsehshows und Filmen in den 1950ern und 1960ern verziehen ihm seine Jazzfans nie. Auch stand er als afroamerikanischer Entertainer in einer Zeit der sozialen Spannungen zwischen den Fronten. Als Popsänger begeisterte er mit einer kräftigen, warmherzigen Stimme und bedachten Aussprache sowie mit seinem Humor, wodurch er sowohl Balladen als auch Novelty-Songs singen konnte und letztendlich nach Frank Sinatra zum erfolgreichsten Popsänger seiner Generation wurde. Seine 1957 erschienene LP *After Midnight* war nur ein kleiner kommerzieller Erfolg und beendete letztendlich sein Intermezzo mit vergangenen Jazz-Zeiten. Nach einigen großen Hits verstarb Nat 'King' Cole nur 45-jährig an Lungenkrebs.  
Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Cole-Haan**

Eine US-amerikanische Schuhmarke. In den 1970er-Jahren war der handgenähte Mokassin Teil des Preppy-Outfits. Seit 1982 gibt es auch Schuhe von Cole-Haan für Frauen, die zum Durchbruch der Marke in Europa führten. Seit 1988 ist die Nobelmarke Teil des Nike-Imperiums.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Colla, Johnny**

Ein US-amerikanischer Saxofonspieler (\* 1952) der Huey Lewis & The News-Band, der auch einige Hits wie "If this is It", "Power of Love" und "The Heart of Rock 'n' Roll" schrieb.  
Siehe *Huey Lewis & The News* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Collie**

Eine schottische Hunderasse, meist langhaarig. Seit der ehemalige Schäferhund zum Begleithund Königin Victorias und späteren Titelhelden der Fernsehserie "Lassie" wurde, gilt der Collie als eleganter Luxushund und besonders beliebter Wachhund für Kinder.  
Siehe *HUNDE in den 1980ern*

### **Collins, Phil**

Ein britischer Popsänger (\* 1951), der 1970 als Ersatzdrummer in die damalige Kunstroock-Band Genesis mit Peter Gabriel als Sänger aufgenommen wurde. Nach Gabriels Austritt aus der Band 1974 und erfolgloser Suche nach einem Ersatzsänger übernahm Collins diese Funktion. Die Musik von Genesis begann einfacher und poppiger zu werden, mit Collins rauher Stimme im Mittelpunkt. Genesis' Musikwandel brachte mit *And Then There Were Three* (1978) Gold und ab *Duke* (1980), dem computerunterstützten Drumsound, strengeren Kompositionen und aufwändigeren Shows den großen Publikumserfolg. Phil Collins Debütalbum *Face Value* 1981 war sein persönlicher Durchbruch und führte von da an zur Doppelkarriere Phil Collins' als Solosänger und als Bandleader von Genesis.  
Siehe *Genesis* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Columbia University**

Eine private US-amerikanische Universität, die 1754 als King's College vom Royal Chapter von King George II von England in New York City gegründet wurde; sie war die erste Universität im Staat von New York und gilt als fünftälteste Universität amerikaweit. Der nach der Amerikanischen Revolution in Columbia University umgetauften Universität ist auch ein gleichnamiges College angeschlossen.<sup>1246</sup>

### **Comme des Garçons**

Eine japanische Modemarke der Modedesignerin Rei Kawakubo (\* 1942) seit 1973, die für ungewöhnliche Designkombinationen steht und 1978 die erste Herrenmodelinie Comme des Garçons Homme einführte. In den 1980er-Jahren fiel die Marke durch ihren dunklen Punk-Stil auf.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **COMPUTER in den 1980er-Jahren: Eroberung der Haushalte und Beginn der digitalen Revolution**

Die rasche Verbreitung des Computers Anfang der 1980er-Jahre war entscheidend bei der Veränderung der USA von einem traditionellen Produktionsland zu einer Dienstleistungsgesellschaft: Die plötzlich weit verbreitete Möglichkeit, per Daten zu kommunizieren, große Mengen an Daten zu produzieren und zu speichern, sollte die Veränderung der Welt von einer analogen-elektronischen Welt zu einer digitalen bringen. Erst etwa 40 Jahre zuvor, 1945, war an der Universität von Pennsylvania die erste Großrechenanlage der Welt (ENIAC – Electronic Numerical Integrator and Computer) in Betrieb gegangen und zwei Jahre später voll funktionsfähig. Der Großrechner war mit Elektronenröhren bestückt und rechnete etwa 2.000mal so schnell wie der erste Computer mit elektromechanischen Relais aus dem Jahr 1941.<sup>1247</sup> 1950 gab es in den USA erst 15 Stück dieser elektronischen Denkmachines, 1955 bereits 1.000, 1965 über 30.000. Von da an wurde die gesellschaftsverändernde Wirkung des Computers spürbar. Mit dem Bau des Mikroprozessors "the computer on a chip" 1971 fanden kleinere Computer mit einer zunehmend größeren Rechenfähigkeit ihren Weg in das Büro und wenig später in den amerikanischen Haushalt.<sup>1248</sup> 1981 gab es bereits 750.000 Computer in den USA. Um diese datenspeichernden und -verarbeitenden Apparate herum entstanden innerhalb weniger Jahre zahlreiche andere Maschinen, die Informationen sammelten und speicherten, vervielfältigten, wiedergaben und diese zu Kommunikationszwecken übertrugen. Der Computer sollte im (amerikanischen) Leben unentbehrlich werden. Die Kür des Computers zur "Maschine des Jahres" im Jahr 1983 und nicht eines "Mannes" oder einer "Frau" zur Person des Jahres durch das Nachrichtenmagazin *Time* zeigt den Stellenwert, den der Computer in den 1980er-Jahren erreicht hatte.<sup>1249</sup> *Time* erklärt die Wahl des Computers mit folgenden Worten "[it] could send letters at the speed

<sup>1246</sup> *Columbia University in the City of New York*, [www.columbia.edu](http://www.columbia.edu).

<sup>1247</sup> Paturi, 460.

<sup>1248</sup> Ebda., 532 f., 568.

<sup>1249</sup> Otto Friedrich, "Machine of the Year: The Computer Moves In," *Time* 3 January 1983: 14–24.



of light, diagnose a sick poodle, custom-tailor an insurance program in minutes, test recipes for beer. [In the process, it could also] give you time for dreams.”<sup>1250</sup> Die in den USA entwickelten Personal Computer begannen die Büros zu revolutionieren<sup>1251</sup>; auch Patrick Bateman besitzt ein “computer terminal” (AP 67). Die Schreibtischcomputer sind mit speziellen, anwenderorientierten Softwareprogrammen und erstmals mit integriertem Festplattenspeicher für große Datenmengen und für Disketten, die mit einem magnetisierbaren Material beschichtet sind, ausgestattet.<sup>1252</sup> Zwischen 1984 und 1988 allein werden 39,4 Millionen Computer ausgeliefert.<sup>1253</sup> 1984 geben AmerikanerInnen 37,6 Mio. US-Dollar für Computersoftware für den Hausgebrauch aus, 2/3 davon für Computerspiele.<sup>1254</sup> Ein Yuppie-Kollege von Bateman besitzt einen Lotus Quotrek, ein tragbares Aktienkurs-Gerät (AP 394). Die parallele Entwicklung in der Mikroelektronik im Silicon Valley in den 1970er-Jahren war mitentscheidend für die Popularisierung der Personal Computer. Mittels staatlicher Deregulierung (1982) war die seit den 1960er-Jahren bestehende Vormachtstellung von IBM (AP 274) gebrochen worden und der Weg für den sprunghaften Anstieg von nationalen, aber auch internationalen Software- und Hardwareunternehmen frei. Zugleich wurde mit den hohen Verteidigungsinvestitionen der Reaganschen Regierung die Entwicklung der amerikanischen Computerindustrie gefördert. Konnten sich in den 1950er-Jahren nur Großunternehmen – wie Banken und Kreditinstitute – aufgrund ihrer Größe und Gewichtung Computer leisten, so sollte die Popularisierung der Computer in den 1980er-Jahren auch eine Demokratisierung bringen: Aufgrund ihres militärischen Ursprungs hatten diese “Denkmaschinen” bis in die 1970er-Jahre (zentrale) Macht symbolisiert und der systematischen Informationsanhäufung sowie den Unternehmensmanagern als mächtiges Kontrollinstrument bei der Produktion gedient. In den 1980ern sollte sich dies ändern.<sup>1255</sup> Mit der Popularisierung des Computers war unter anderem die Chance der Unterminierung von Hierarchien und der Festigung von demokratischen Strukturen, aber auch des Aufbrechens traditioneller Wertesysteme bzw. Geschlechterrollen gegeben. Hacker, welche die Computersysteme “knackten”, verkörperten zu jener Zeit die mögliche subversive Kraft des Computers beim Unterminieren von Machtstrukturen und wurden von den damaligen (konservativen) Regierungen und werden auch heute als “Computerterroristen” verfolgt.

### **Condom**

Ein Verhütungsmittel. Der Gummischutz, das Kondom, ist die seit den 1980er-Jahren am häufigsten benutzte Verhütungsmethode für den Mann. 1987 wurden Kondome vom herstellenden Unternehmen *Ansell America* erstmals im Fernsehen beworben:

It’s a jungle out there.

It’s a matter of common sense. (Ansell American LifeStyles Condoms)

Siehe *AIDS und HOMOPHOBIE; Unsafe sex* und *Teil III über American Psycho*

### **Conran’s**

Ein Geschäft in New York City mit Designer-Einrichtungsgegenständen und -beratung des gleichnamigen Begründers und englischen Möbeldesigners Terence Conran (\* 1931, † 2020). Nach seiner ersten Möbelserie *Summa* 1956 und dem Entwurf eines Verkaufsgeschäfts interpretierte der Jungunternehmer mit der Eröffnung seines ersten eigenen “Habitat”-Geschäftes in London, wo er moderne Haushaltswaren und Möbel mit Einrichtungsberatung anbot, das “Wohnerlebnis” neu und legte damit 1964 den Grundstein für seine Einrichtungskette Habitat und weitere Geschäftsideen.

Siehe *SHOPPING*

### **Constable, John**

Ein Maler aus England (\* 1776, † 1837), der ein Meister des Romantizismus und im Speziellen des Landschaftsbildes war. Sein Ölgemälde “Stratford Mill” von 1820 (später auch als “The Young Waltonions” bekannt) stellt eines seiner sechs Hauptwerke dar und wurde Ende der 1980er-Jahre an den Staat Großbritannien verkauft. 1983 bereits gab es im Rahmen eines großen, britischen Kunstfestivals im Metropolitan Museum of Art in New York City eine Ausstellung mit dem Titel “Constable’s England” mit Werken John Constables. 1988 brachte die Londoner Tate Gallery die bis dato größte Constable-Ausstellung, welche auch in New York auf großes Medieninteresse stieß.

Siehe *KUNST in den 1980ern*

<sup>1250</sup> Ebda.

<sup>1251</sup> Paturi, 568, 578.

<sup>1252</sup> Vgl. ebda., 558 f.

<sup>1253</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 431 f., 155–58 als weitere Grundlage für die folgenden Ausführungen.

<sup>1254</sup> Ebda., 431.

<sup>1255</sup> Ansbert Kneip, “Vom Rechner zum Medium: Der Computer – Basis für die Informationsrevolution” in *Der Spiegel* 19/1999: 148 f.

### **Cookie Monster, The**

Eine Puppenfigur aus der wichtigsten, pädagogisch geschätzten Kindershow in der Fernsehgeschichte der USA, der *Sesame Street* seit 1969 auf PBS (Public Broadcasting System). Joan Ganz Coone, Geschäftsführerin des Children's Television Workshop, hatte die Serie mit finanzieller Unterstützung des US-Bildungsministeriums, der Ford Foundation sowie der Carnegie Foundation entwickelt. Die Show findet auf einer Straße in der Stadt statt, wo den Kindern mit lustigen Animationen Buchstaben, Nummern und die englische Grammatik vermittelt wird. Reale Menschen und Puppencharaktere mischen sich. Jim Henson schuf hierfür die Puppen Ernie, Bert, Grover, Oscar The Grouch und Big Bird. Das freundliche Cookie Monster mit dem blauen Pelz kann nicht aufhören, Kekse zu essen.

### **Cordially Yours**

Ein US-amerikanisches Haushaltsgerät Cordially Yours Cordial Maker der Marke Donvier von Nikkal Industries mit dem seit seiner Markteinführung 1987 kostengünstig und zeitsparend Liköre auf Frucht- oder Kräuterbasis sowie Essig hergestellt werden können.

### **Cornell Club-New York, The**

Ein elitärer New Yorker Universitätsclub seit 1889, der den Studierenden und Alumni der Cornell University in Ithaca (NY) und deren Verwandten sowie den Studierenden und Alumni der Cornell nahestehenden Universitäten Brown, Colgate, Duke, Georgetown, Stanford sowie Tulane als Mitglieder in den 1980er-Jahren offenstand. Ab 1989 im neuen 14-stöckigen Clubhaus zwischen 5<sup>th</sup> und Madison Aves wiedereröffnet, bot der in einem nationalen wie internationalen Netzwerk aktive Club Rückzug für "business or pleasure" in Form von besonderen Übernachtungs- und Speisemöglichkeiten sowie von Freizeitaktivitäten an.

### **Corona**

Eine mexikanische Biermarke des Unternehmens Grupo Modelo, das in den 1980er-Jahren mit einer Zitrone im Flaschenhals zum Hip-Getränk in den USA wurde.

### **Correggiari, Giorgio**

Ein italienischer Modeschöpfer (\* 1943, † 2011), der in den 1970er-Jahren für Daniel Hechter die Marken Ufo, Reporter, Star Point und Colette kreierte. Ab 1980 zeichnete er seine eigene Mode, die auf Materialeexperimente und -verfahren zurückgriff und auch Lederwaren und Accessoires umfasste. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Cosby Show, The**

Eine US-amerikanische Sitcom auf NBC, die 1984 begann und bis 1992 mit dem afroamerikanischen Schauspieler und Komödianten, Dr. William Henry Cosby, Jr. alias Bill Cosby in der Hauptrolle lief. Die Show zeigt den Alltag der kinderreichen afroamerikanischen Familie Huxtable, einer Familie der oberen Mittelklasse aus Brooklyn, New York mit Cosby als Vater und Arzt und Clair, seiner Frau, als Mutter und Anwältin. Die Fernsehshow war auch bei der weißen Bevölkerung sehr beliebt und gewann drei Emmys, drei Image Awards der NAACP (National Association for the Advancement of Colored People) und einen Peabody Award, auch wegen der porträtierten Kindererziehungsmethoden. Siehe *Huxtable, Heathcliff*

### **Costello, Elvis**

Ein britischer Liedermacher und New Wave-/Punk-Sänger mit bürgerlichem Namen Declan McManus (\* 1954) und einem an Elvis Presley angelehnten Künstlernamen. Costello schöpfte seine kreative Energie aus vielen musikalischen Genres, von Country bis Reggae. "Less Than Zero" – unter anderem auch namensgebend für Bret Easton Elliss' ersten Bestseller *Less Than Zero* (1985) – war nach verschiedenen Musikprojekten und Sessions seine erste Single, die mit Huey Lewis' Band Clover (den späteren The News) aus San Francisco im April 1977 erschien, aber keinen Erfolg hatte. *My Aim Is True* im gleichen Jahr mit seiner neuen Backup-Band The Attractions wird in der Kritik positiv bewertet und zeigt parallel mit Costellos eklektischer Punkrockentwicklung einen steigenden Zuspruch beim Publikum. Nach *Imperial Bedroom* (1982) folgt *Punch The Clock* – ein etwas kommerzieller angelegtes Pop-Album –, das Costello wieder in die Top-Charts bringt. Costello zieht sich nach dem Flop *Goodbye Cruel World* (1984) zurück, arbeitet in verschiedenen Projekten, um 1986 als The Costello Show das Country-Folkalbum *King of America* ohne Backup-Gruppe The Attractions sowie *Blood and Chocolate* in der alten Formation herauszubringen. 1987 unterzeichnet er einen Vertrag bei Warner Bros., beginnt damit eine langfristige Zusammenarbeit mit Paul McCartney und tritt im gleichen Jahr im HBO-Special mit seinem Idol Roy Orbison auf.

Siehe *MUSIK in den 1980ern* und *Teil II über Bret Easton Ellis*

### **Counterlife, The**

Eine 1987 erschienene Romansaga von Philip Roth über das Leben von Henry und Nathan Zuckerman. Als krasses Beispiel für den "Dekonstruktivismus" hat der amerikanische Roman nicht nur eine vielschichtige Handlungsstruktur, sondern spielt auch an verschiedenen Schauplätzen (England, Amerika und Israel), wobei sich die Charaktere mit den Orten und der jeweiligen politisch-historischen Situation verändern. Am Ende des Buches *American Psycho* mischt Patrick Bateman den Buchtitel unter eine Aufzählung verschiedener angesagter Restaurants in New York und kommentiert damit für die LeserInnen das eben Gelesene. (AP 394)

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Courrèges**

Ein Modestil des französischen Modeschöpfers André Courrèges (\* 1923, † 2016), dessen einfache geometrische, oft in Schwarz-Weiß gehaltenen Kreationen an optische Täuschungen und den Futurismus erinnern. Der Name Courrèges steht für die Einführung des Mini-Rocks in die Haute Couture und ab 1979 neben seiner Konfektionslinie Couture Future für Damen und Herren auch für Accessoires wie Brillen, Schmuck, Möbel und Kindermode. Ab 1984 geht der Modedesigner Kooperationen mit japanischen Modefirmen ein.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Crabtree & Evelyn**

Eine weltweit agierende US-amerikanische Geschäftskette, die unter dem Markenzeichen Crabapple Tree Toiletten- und Körperpflegeprodukte aus natürlichen Essenzen, Luxusartikel und Gourmet-Spezialitäten sowie verschiedene Geschenkartikel im englischen Landhausstil exklusiv verpackt und vertreibt.

Siehe *SCHÖNHEITSWAHN*

### **Crack**

Ein aus Kokain und Backpulver hergestelltes, billiges Rauschmittel, das geraucht wird, schnell abhängig macht und seit den 1980ern als Droge der Armen gilt.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Crane's**

Ein 1986 von John R. Valenti eröffnetes elegantes Restaurant an der Upper West Side in New York City, wo erstmals in Absprache mit den Mitgliedern der Wohnungsbaugenossenschaft des Hauses aus der Jahrhundertwende besondere Auflagen beim Restaurantbau berücksichtigt wurden; unter anderem, dass die von den Designern Richard Esposito und Robert Kenny gestaltete Außenfassade des Restaurants im Erdgeschoss dem Stil des Gebäudes entsprechen sollte. Bateman verweist mit "Cranes, the new Kitty Oates Sanders restaurant in Gramercy Park [...] it got excellent reviews in New York magazine, The Nation" (AP 161) zwar auf das Restaurant, allerdings mit einer falschen Information, denn das linksgerichtete Wochenmagazin *The Nation* publiziert keine Restaurantkritiken.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Crawford, Cindy**

Ein hochbezahltes US-amerikanisches Model mit bürgerlichem Namen Cynthia Ann Crawford (\* 1966), das in den 1980er-Jahren zusammen mit Christie Brinkley die Ära der sogenannten, auch international bekannten Supermodels einleitete.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Creed, Linda**

Eine US-amerikanische Liedtexterin (\* 1949, † 1986), die zusammen mit dem Komponisten und Texter Thom Bell aus Jamaika für den Philadelphia Soul-Sound Anfang der 1970er-Jahre bei Gruppen wie The Stylistics oder The Spinners und ihrem Kassenschlager "The Rubberband Man" verantwortlich war. Zusammen mit Michael Masser schrieb sie den Song "The Greatest Love of All" für die Filmbiografie von Muhammed Ali *The Greatest* (1977), der kurz nach Creeds Tod durch Brustkrebs durch Whitney Houstons Interpretation zum US-Hit wurde. 1987 wurde die Linda Creed Breast Cancer Foundation ins Leben gerufen und Creed 1992 nachträglich in die Hall of Fame aufgenommen.

Siehe *Masser, Michael* und *MUSIK in den 1980ern*

**Cremina**

Eine Schweizer Espressomaschinenmarke der Firma Olympia Express, der heutigen MokaEspresso SA.

**Cristal**

Eine Top-Champagnermarke des französischen Produzenten Louis Roederer.

**Crombie**

Ein renommierter Produktionsbetrieb von feinsten Wollstoffen und -tüchern aus Schottland (GB) seit 1805 und gleichnamige Marke.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Cross**

Eine US-Marke für Schreibgeräte nach dem gleichnamigen Unternehmen A. T. Cross, das 1846 als erstes Unternehmen für Schreibgeräte in den USA gegründet wurde.

**Cross, Christopher**

Ein US-Musiker (\* 1951) mit bürgerlichem Namen Christopher Geppert, der mit seinen weichen Balladen zum Superstar der 1980er-Jahre wurde. Das ehemalige Mitglied der Coverband Flash unterzeichnete 1978 einen Solo-Vertrag mit Warner Bros. und brachte zwei Jahre später unter seinem Namen eine erste LP heraus; aber erst die zweite Single "Sailing" machte Cross zum Musikstar und mit weiteren zwei Top-Hits 1981 zum fünfmaligen Grammy-Gewinner. Der Titel "Arthur's Theme (Best That You Can Do)", den er zusammen mit Burt Bacharach, Carole Bayer Sager und Peter Allen für die Filmkomödie *Arthur* komponiert hatte, brachte ihm einen Academy Award. Mit dem Song "Think of Laura", der mit der Soap-Opera "General Hospital" popularisiert wurde, landete Cross seinen letzten Top-10-Hit und konnte danach nicht mehr an seine frühen Erfolge unter den Top-40-Hits anknüpfen.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

**Cruise, Tom**

Ein US-amerikanischer Schauspieler (\* 1962) aus Syracuse (NY) und Produzent mit bürgerlichem Namen Thomas Cruise Mapother IV., der ab Anfang der 1980er-Jahre in vielen Yuppie-Kassenschlagern mitwirkte und mit *Top Gun* (1986) seinen weltweiten Durchbruch hatte. Cruise' Charme, sein breites Grinsen und sein durchtrainierter Körper verkörperten das männliche Ideal der 1980er-Jahre und sind Teil seines Erfolges als Schauspieler, wobei ihm eine gewisse "Vorhersehbarkeit" bei der Darstellung seiner Charaktere vorgeworfen wird: So entwickeln sich die Filmfiguren, die Cruise verkörpert, zumeist von einer schwierigen und abweisenden, Ich-bezogenen Figur im Laufe der Handlung zu einem "guten" Menschen. Cruise gilt heute als einer der weltweit bestbezahlten Schauspieler und ist Mitglied der Scientology-Sekte.

Siehe *Cocktail; Top Gun* und *YUPPIE*

**Crystals, The**

Eine US-amerikanische R&B-Musikband aus Brooklyn, New York City, die zwischen 1962 und 1963 sechs Songs unter die Top-20 brachte und damit ihrem Produzenten Phil Spector den Weg für seinen berühmten "Wall of Sound", einer bestimmten Aufnahmetechnik, die zu seinem Markenzeichen wurde, ebnete; so nahm Spector die verschiedenen Songs der Crystals nicht immer zeitgleich mit Hauptstimme und Gruppenformation auf. Die originale Band The Crystals bestand aus der Hauptsängerin Barbara Alston, Dolores "Dee Dee" Kenniebrew, Mary Thomas und Myrna Giraud; ihnen folgten Dolores "LaLa" Brooks, Patricia "Patsy" Wright und Frances Collins und weitere Sängerinnen aus Los Angeles. Dahin war Spector übersiedelt und nahm dort weiter in den Gold Star Studios auf, darunter den Song "He's A Rebel" mit Darlene Love von den Blossoms, den er aber als Song der Crystals vermarktete. Loves kräftige Stimme gilt bis heute als eine der besten im Rock 'n' Roll, brachte The Crystals den ersten Number-One-Hit und mit "He's Sure The Boy I Love" (1963) noch einen weiteren. Die originale The Crystals-Gruppenformation landete weitere Hits wie "Da Doo Ron Ron" [*When He Walked Me Home*] mit LaLa Brooks als Hauptstimme und produzierte damit einen Song, der gleich wie der letzte Top-10-Hit "Then He Kissed Me" nicht nur The Crystals als Band, sondern vor allem Spector als "Marke" und Plattenproduzent etablierte. Nach weiteren, unbedeutenderen Hits begann Spector 1964 mit den Ronettes und The Righteous Brothers zu arbeiten.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

**Cuisinart**

Eine US-amerikanische Marke für eine multifunktionale Küchenmaschine und seit 1989 im Besitz von Conair, einem führenden herstellenden Unternehmen nationaler Marken von Kleingeräten zur Schönheits- und Gesundheitspflege sowie von Haushaltsgeräten.

**Cunningham, Richard**

Ein fiktiver Charakter in der amerikanischen Sitcom der 1980er-Jahre "Happy Days", der von Ron Howard gespielt wurde.

**D****D. F. Sanders**

Ein modernes Haushalts- und Küchenwarengeschäft mit Designerware an der Madison Avenue in New York seit 1983 nach dem gleichnamigen Begründer Sanders, der 1989 an AIDS verstarb.  
Siehe *SHOPPING*

**D'Agostino**

Ein nobles Lebensmittelgeschäft in New York seit 1932 in italoamerikanischer Familienhand, welches erstmals das Konzept eines "Supermarktes" einführte und sich als Nobelsupermarktkette seit den 1960er-Jahren in der Stadt etablierte.  
Siehe *SHOPPING*

**Da Umberto**

Ein italienisches Restaurant mit toskanischer Hausmannskost im New Yorker Bezirk Chelsea.  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**Daily News**

Eine US-Boulevardzeitung aus New York des Immobilienmoguls Mort Zuckerman und das Konkurrenzblatt der *New York Post*.  
Siehe *New York Post* und *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

**Dakota Building**

Ein 1884 von Henry Hardenbergh erbautes Luxusmietshaus in New York City, eines der ersten (Central Park West/72<sup>nd</sup> St.) seiner Art, welches wegen verschiedener Dramen – wie beispielsweise der Ermordung John Lennons am 8. Dezember 1980 vor seiner Haustür (das Mosaik "Strawberry Fields" auf dem Boden vor dem Eingang erinnert daran) – seit Anbeginn für Gesprächsstoff sorgte.

**Daley, Roger**

Ein Kunstgriff des Autors Bret Easton Ellis, um über die fiktive Charakterfigur "Sir Roger Daley" aus der britischen Filmkomödie von 1974 *Carry on Dick* (auf Deutsch "*Mach' weiter, Dick!*") einen Kommentar zur Rezeption von *American Psycho*, seinem eigenen Populärkulturtext, zu liefern: So geht es in der Britcom um die Legende des britischen Robin Hood namens Richard "Big Dick" Turpin, einem Antihelden, dessen Verbrechen England um 1750 erschütterten. König George setzt mit den "Windhunden seiner Majestät" eine Polizeibrigade unter dem Kommando von Sir Roger Daley ein. Doch Daley und seine Leute werden von einem vermeintlichen Vertrauten, dem Pastor Reverend Flasher, er ist der Verbrecher Dick Turpin in Person, hintergangen, wobei Letzterer im Hin- und Her dann zwar in seinem Doppelspiel fast entdeckt, aber am Ende nicht gefasst wird. Das entspricht auch der Doppelrolle von Patrick Bateman als "Yuppie" (der scheinbar das "Gute" verkörpert) und als "Serienmörder" (der klar das "Böse" verkörpert), der auch von seiner Außenwelt weder erfasst noch entdeckt werden wird. *Carry on Dick* ist ein Film aus der mehrteiligen britischen *Carry On*-Komödienserie, die in den 1960er- und 1970er-Jahren mit einer neuen Mischung aus Parodie und Slapstick-Humor bekannt wurde.

**Dalmane**

Ein verschreibungspflichtiges US-amerikanisches Beruhigungs- und Schlafmittel.  
Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Dalmatian**

Eine kroatische Hunderasse mit weißem Fell und unregelmäßigen schwarzen bzw. braunen Tupfen, das als "Dalmatiner-Design" Eingang in die Umgangssprache gefunden hat.  
Siehe *HUNDE in den 1980ern*

### **Dalton School, The**

Eine 1919 von Helen Parkhurst gegründete, mittlerweile international bekannte amerikanische Internatsgesamtschule in New York City, die zunächst als Children's University School bezeichnet wurde. Sie sollte in der erziehungsreformträchtigen Zeit der USA Anfang des 20. Jahrhunderts auf der Grundlage des Dalton Plans einen völlig neuen Lernansatz bieten: Parkhurst entwickelte über das Montessori-Erziehungsmodell, welches das Kind als Persönlichkeit in den Mittelpunkt stellt, einen dreistufigen Erziehungsplan. Demnach gilt die Schule als Ort der Erziehung ("House") und der Klassenlehrer als Heimerzieher. Zwischen SchülerIn und LehrerIn wird ein "Assignment" als Vertrag geschlossen und ein "Laboratory" eingerichtet, in dem in individuell festgelegten Kleingruppen bzw. im Einzelunterricht SchülerInnen studieren, forschen und zusammenarbeiten. "Let us think of a school as a social laboratory where pupils themselves are the experimenters, not the victims of an intricate and crystallized system ... Let us think of it as a place where community conditions prevail as they prevail in life itself." (Helen Parkhurst, 1922)<sup>1256</sup>

### **"Dancing in the Street"**

Ein US-Song, der von der Girlgroup Martha and the Vandellas (1964) stammt und eine der ersten Motown-Produktionen war, aber daraufhin von verschiedenen Gruppen interpretiert wurde. Originaltext und -musik: Ivy Jo Hunter, William Stevenson und Marvin Gaye.  
Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **David Onica**

Bei meinen Recherchen zum erwähnten Maler David Onica und zu Ellis' Bildbeschreibung bin ich auf den US-amerikanischen Maler David Salle gestoßen, der in jener Dekade zu den am meisten gehypten Malern New Yorks gehörte und dessen Bilder eine verblüffende Ähnlichkeit mit Ellis' Beschreibung von Onicas Bild und dessen geschilderter Vermarktung haben:

It's a six-foot-by-four-foot portrait of a naked woman, mostly done in muted grays and olives, sitting on a chaise longue watching MTV, the backdrop a Martian landscape, a gleaming mauve desert scattered with dead, gutted fish, smashed plates rising like a sunburst above the woman's yellow head, and the whole thing is framed in black aluminum steel. (AP 24–25)

Der Vergleich mit Salles Bildern lässt also vermuten, dass es sich bei David Onica um einen fiktiven Namen handelt, der Bezug auf den Maler und Fotografen David Salle (\* 1952), einem Vertreter der *Modern Art* der 1980er-Jahre nimmt.<sup>1257</sup> Salle experimentierte mit Bildern verschiedener Epochen, die er mit Comics und Pornos kombinierte und die durch seine New Yorker Galeristin Mary Boone vermarktet wurden: Salles Bilder wurden in den 1980er-Jahren immer wieder in kleineren und größeren Galerien ausgestellt und in den Medien besprochen. Mit dem Hype stand von Anfang seines Ruhmes der Vorwurf im Raum, dass Salles Kunst einzig oberflächlich und banal sei. Die populärkulturelle Referenz auf den fiktiven Künstler "David Onica" könnte auch ein Hinweis auf einen weiteren populären Maler namens Andrew Wyeth (\* 1917, † 2009) und seine jahrelang geheim gehaltene, erstmals 1985 gezeigte "Helga"-Serie mit der blonden deutschen Frau namens Helga Testorf, einer Hausfrau aus Pennsylvania, sein.

Siehe *KUNST in den 1980ern*

### **David's Cookies**

Eine US-Marke für frisch gebackene Kekse mit Schokoladestückchen und weiterer Patisserie des 1979 gegründeten gleichnamigen koscheren Geschäftsunternehmens des Spitzenkochs David Liederman aus New York City. Mitte der 1980er-Jahre entwickelte sich das kleine Geschäft in Manhattan zu einem semi-internationalen Franchise-Unternehmen, das von Fairfield Gourmet Foods aus New Jersey gekauft wurde; 1989 schrieb Liederman an dem Buch *Running through Walls*, einem Leitfaden für Unternehmensgründung, mit und eröffnete in Folge weitere Restaurants.

<sup>1256</sup> *The Dalton School Home Page*. [www.dalton.org](http://www.dalton.org).

<sup>1257</sup> Vgl. *Buy, Sell, and Research Contemporary Art Online*: *Artnet*, [www.artnet.com](http://www.artnet.com) und *Art cyclopedia: The Fine Art Search Engine*, [www.artcyclopedia.com](http://www.artcyclopedia.com).

### **Davies, Jem**

Ein britischer Keyboard-Spieler der Musikband Tobruk, die in den 1980er-Jahren mit einigen Singles immer wieder den musikalischen Durchbruch versuchte, nach einem Abstecher in die USA auf dem UK-Markt jedoch zu "amerikanisch" klangen; 1988 kam Tobruks zweite LP auf den Markt mit dem Titel *Pleasure + Pain*.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Davis, Leonard**

Ein US-amerikanischer Versicherungsmakler und Mitbegründer von AARP, Association Against Retired Persons (gegründet 1958), einer Vereinigung, die verschiedene Absicherungsschemata für Menschen über 60 Jahre anbot und mit Davis in einen großen Versicherungsmissbrauch verwickelt war.

### **Davis, Miles**

Ein US-amerikanischer Jazztrompeter, Komponist und Bandleader (\* 1926, † 1991), der die Entwicklung des Jazz über fünfzig Jahre hinweg maßgeblich forciert und begleitet hat. Außergewöhnlich war sein Spiel mit der Trompete, welches von großer musikalischer Sensibilität und einer fast "zwischenmenschlichen" Auseinandersetzung mit seinem Instrument zeugte. Als Sohn einer schwarzen Mittelklassefamilie aus St. Louis (MO) lernte er Trompete, begann neben der Schule in verschiedenen Gruppen mitzuspielen, bis er Mitte der 1940er-Jahre auf Dizzy Gillespie und Charles Parker und den Bebop traf; er begann mit Parker zu proben, gab dabei sein Musikstudium auf, spielte als *sideman* und versuchte sich erstmals als Bandleader. Miles Davis' große Kunst lag darin, mit den unterschiedlichsten Musikerinnen und Musikern zusammenzuspielen, deren Stilrichtungen zu verfolgen und Talente zu fördern. Seine neunköpfige Band brachte Davis 1948 einen Plattenvertrag mit Capitol Records und sollte die Grundlagen für den "coolen" West Coast-Jazz legen. Eine Zusammenarbeit mit dem Prestige-Label brachte weitere Aufnahmen, sein Auftritt beim renommierten Newport Jazz Festival mit "Round Midnight" 1955 einen Vertrag mit Columbia Records, was ihm langfristig die Gründung einer Band erlaubte: Er gründete mit John Coltrane ein Quintett, das mit Cannonball Adderley zum Miles Sextett wurde, arbeitete an der Orchestermusik zu Gershwins Musical *Porgy and Bess* und veröffentlichte eines der wichtigsten Alben in der Geschichte des modernen Jazz – *Kind of Blue*, einen Bestseller. Davis experimentierte mit Gil Evans weiter und brachte mit *Someday my Prince Will Come* (1961) das erste Album in einer Serie heraus, welches die Pop-Charts erstürmte und Miles mit einem Bandwechsel erste Grammy-Nominierungen in einer Reihe als "Best Instrumental Jazz Performance by a Soloist or Small Group and for a Large Group" bescherte. Dem folgten Aufnahmen von Live-Auftritten und weitere Band- bzw. Musikerwechsel. Miles hatte bis dahin mit fast allen Jazzgrößen gespielt. *Bitches Brew*, ein Jazzalbum mit Rockeinflüssen, brachte Miles Davis 1970 neben einem neuen, jungen Publikum Gold und einen Grammy. Einige seiner früheren Bandmitglieder wie Chick Corea oder Joe Zawinul begannen sich in sogenannten Fusion-Bands zu organisieren. Nach einem Unfall und gesundheitlichen Problemen zog sich Davis in den Siebzigerjahren zurück, um 1980 als nunmehr weltweit anerkannte Musikgröße nicht nur unter Jazzfans ein Comeback mit *The Man with the Horn* (1981) zu haben. Weitere Alben und ein Grammy sowie der Wechsel von Columbia zu Warner Bros. Records nach 30 Jahren Zusammenarbeit im Jahr 1986 bestimmten die erste Hälfte der 1980er-Jahre: *Tutu* – ein Album, das sofort zum Ohrwurm wurde, brachte Davis den vierten Grammy; ein 1984 noch bei Columbia aufgenommenes Album wird 1989 als *Aura* veröffentlicht und sollte Miles Davis den fünften Grammy für "Best Jazz Instrumental Performance by a Soloist (on a Jazz Recording)" bringen und ihn endgültig als einen der einflussreichsten und innovativsten Jazzmusiker des 20. Jahrhunderts auszeichnen.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **"Day in the life, A"**

Ein Song, der aus der Zusammenarbeit zwischen John Lennon und Paul McCartney in der britischen Popgruppe The Beatles aus dem *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*-Album 1967 hervorgegangen ist. "A day in the life" betrachtet die Grausamkeiten und Absurditäten des Alltagslebens, wobei das Material aus der eigenen Erfahrung oder den Nachrichten stammt. Das Besondere ist die musikalische Begleitung des Textes, die die Zuhörenden zunächst anspricht, um diese im nächsten Moment mit einem dissonanten orchestralen Crescendo zu entfremden und diese daraufhin wieder mit einem fulminanten, berühmt gewordenen rockigen Ende und einem Pianoakkord von fast einer Minute, jegliche Misstöne und -stimmung ausmerzend, zu besänftigen.

Siehe *Beatles, The* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Dean & DeLuca**

Ein exklusives Gourmetgeschäft in SoHo, Manhattan, New York City, das 1977 von drei Freunden, einem Schriftsteller, Historiker und einem Künstler gegründet und sofort zur Vorzeigeadresse für den VIP-Einkauf von Delikatessen wurde. SoHo wurde zum Mittelpunkt für Gourmets wie für Yuppies und führte 1988 dazu, dass Dean & DeLuca ein vier Mal so großes Geschäft in der Stadt und in Folge weitere Filialen eröffnete.

### **Decaf espresso / herbal tea**

Ein koffeinfreier kleiner Bohnenkaffee, der – gleich wie die breite Einführung von speziellen Kaffeeröstungen in den 1980er-Jahren – aufgrund des steigenden Gesundheits- und Gourmetbewusstseins bei Yuppies auch in seiner Version als Milchkaffee (café au lait) sehr nachgefragt war. Batemans Verlangen nach einem “decaf herbal tea”, der als “Kräutertee” (umgangssprachlich) bzw. als Kräutermischung per se kein Koffein enthalten kann, ist wiederum als auktoriale Karikierung des Yuppies Bateman zu verstehen: Es können nur die Teeblätter der Schwarz-, Grün-, Weiß- oder Oolong-Tees, die Koffein enthalten, entkoffeiniert werden, wobei auch da immer ein kleiner Prozentsatz an Koffein enthalten bleibt.

### **Deerfield Academy**

Ein sehr exklusives US-amerikanisches Privatgymnasium in Deerfield in der Nähe von Boston (MA), das 1797 für Jungen zur “instruction of youth, and the promotion of piety, religion, and morality” gegründet wurde und erst seit den 1980er-Jahren auch für Mädchen offensteht.<sup>1258</sup>

### **Deli, Second Avenue Kosher**

Ein berühmtes jüdisches Delikatessengeschäft und -lokal an der Second Avenue im East Village in Manhattan mit einer langen Tradition. Begründet von Abe Lebewohl wird das Geschäft wegen seiner Qualität und breiten Auswahl von berühmten New Yorker Juden wie beispielsweise vom Stand-Up-Komödianten Jackie Mason frequentiert.

Siehe *Mason*, *Jackie* und *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Delmonico's**

Ein historisches, holzgetäfeltes amerikanisches Steakhouse der Oscar Tucci-Familie, das von 1926 bis 1986 auch als “Oscar's Delmonico's” in TriBeCa/Downtown Manhattan geführt wurde und dem noch weitere Delmonico's in NYC folgten; das Steakhouse gilt als eines der ersten Restaurants in Amerika und wurde von 1827 bis 1923 von der Schweizer Familie Delmonico aus dem Tessin geführt.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **DeRigueur by Schoeneman**

Eine 1987 eingeführte US-amerikanische Marke für Herrenanzüge, Sportmäntel und Hosen des 1899 gegründeten, traditionellen Herrenbekleidungsunternehmens J. Schoeneman aus Baltimore.

### **Desyrel**

Ein verschreibungspflichtiges Antidepressivum, das Anfang der 1980er-Jahre auf den US-Markt kam.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **“Devil Inside”**

Ein 1988 erschienener MTV-Hit aus dem Album *Kick* der australischen Poprockgruppe INXS, der in den USA unter die Top-10 kam. In “Devil Inside” mit einem *sexy upbeat* steht eine Mann-Frau-Beziehung im Mittelpunkt, wobei Mann und Frau bei ihrem Zusammentreffen an Mord denken und es sich letztendlich herausstellt, dass jede/r einen (unsichtbaren) Teufel im Leib hat – so wie Patrick Bateman in *American Psycho*, der mit dem Übergang des Songs von “New Sensation” auf “Devil Inside” bei seinem Rendezvous im Nachtlokal Tunnel darauf anspielt.

Siehe *INXS* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Dick Loudon's Stratford Inn**

Eine Anspielung auf eine schräge CBS-Fernsehserie namens “Newhart” nach dem Fernsehmoderator der gleichnamigen, vier Jahre zuvor laufenden erfolgreichen “Bob Newhart Show”. In der US-amerikanischen Situationskomödie (1982–90) spielt Bob Newhart in 184 Folgen Dick Loudon, einen

---

<sup>1258</sup>

*Deerfield Academy*, <https://deerfield.edu>.



Selbsthilfe-Buchautor, der mit seiner Frau Joanna von New York City nach Vermont in die Provinz zieht, um das 200-Jahre alte *Stratford Inn* zu übernehmen.

### **Did anyone know cavemen got more fiber than we get?**

Dieser Dauerscherz unter Yuppies (*AP* 39) geht auf das westliche Gesundheitsverständnis seit den 1980er-Jahren und die Einführung verschiedener Diäten zurück. Die Ernährung in der Zeit der Höhlenbewohner, der *cavemen*, aus der Steinzeit vor 2,6 Mio. – 10.000 Jahren ist zwar nicht einheitlich festlegbar, bestand jedoch aus überwiegend pflanzlicher und ballaststoffreicher Kost sowie Fleisch und Fisch, da die Steinzeitmenschen als Jäger, Sammler und Fischer unterwegs waren.

### **Diet Coke**

Eine zuckerfreie Version des koffeinhaltigen Erfrischungsgetränkes Coca-Cola der gleichnamigen US-Firma; der Softdrink wurde 1982 auf dem US-Markt eingeführt, enthält künstlichen Süßstoff und war eine Antwort auf den langanhaltenden Erfolg der Leichtmarke des Konkurrenzunternehmens PepsiCo.

Siehe *Coke*

### **Diet Pepsi**

Eine zuckerfreie Version des koffeinhaltigen Erfrischungsgetränkes Pepsi-Cola der US-Firma PepsiCo, Inc., die seit der Einführung des Getränkes 1964 sehr erfolgreich war.

Siehe *Pepsi-Cola*

### **Dimitri, Piero**

Ein italienischer Maßschneider und Herrenmode-Designer in New York, der mit seinen klassischen Anzügen mit Weste modebewusste MBA-Abgänger ansprach und 1983 eine Boutique mit Atelier an der Greene Street in Manhattan eröffnete.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Dirty Dancing**

Ein romantischer und musikalisch unterlegter US-Kinospielfilm (1987, Regie: Emile Ardolino), der mit Patrick Swayze in der Hauptrolle zum Kassenschlager wurde. Eine junge Frau, Frances "Baby" Houseman, lernt 1963 während eines Sommerurlaubes mit ihrer Familie in einem Hotel den Tanzlehrer Johnny Castle kennen, der dort als Tanzlehrer arbeitet. Als Frances für eine Tänzerin kurzfristig einspringt, verlieben sich die beiden ineinander.

Siehe *Swayze, Patrick*

### **Dixie beer**

Ein US-amerikanisches Bier, das – wie der Name "Dixie" schon sagt – aus dem "alten" Süden der USA kommt. Das Ende der 1980er-Jahre eingeführte Dixie Blackened Voodoo Lager stammt von der Dixie Brewing Company von Joe and Kendra Bruno aus New Orleans, Louisiana. Mit der Anmeldung des Konkurses ihrer Firma hatten die beiden Inhaber ihren Investoren ein neues Produkt, das Dixie Blackened Voodoo Lager, als Lösungsweg aus dem Konkurs angeboten. Das "Dixie beer" war ein so großer Erfolg, dass die 1907 gegründete Brauerei innerhalb weniger Jahre aus den roten Zahlen kam und als eine der wenigen regionalen Brauereien weiterbestehen konnte.

### **Dobermann**

Eine große glatthaarige, meist braun- oder schwarzrote deutsche Hunderasse, die sich gut als Wachhund eignet.

Siehe *HUNDE in den 1980ern*

### **Doctor Zhivago**

Ein 1957 erschienener, weltberühmter russischer Roman des Schriftstellers Boris Leonidovič Pasternak (\* 1890, † 1960). Pasternak, der viele Jahrzehnte an seinem Werk arbeitete, bot mit der Lebensgeschichte und dem Leiden des Arztes, Wissenschaftlers und Dichters Jurij Andrejewitsch Schiwago zwischen 1903 und 1929 ein bis dahin unbekannt detailliertes Bild von Russland vor und nach der Revolution. Pasternak erhielt für *Doktor Schiwago* 1958 den Nobelpreis für Literatur.

### **Documentary on abortions**

Neben den erzwungenen Abtreibungen seiner "dates" will Bateman an anderer Stelle ein "documentary on abortions" ausleihen, "scheut" sich aber wegen der vielen Leute im Videoladen (*AP* 112). Ellis spielt

damit auf den umstrittenen Anti-Abtreibungsdokumentarfilm *The Silent Scream* von 1985 und auf die daraufhin laufende Anti-Abtreibungskampagne in den USA an, die als klarer Rückschlag für die feministische Forderung nach Selbstbestimmung von Frauen zu werten war. Am 15. Mai 1989 sendet NBC den Fernsehfilm *Roe vs. Wade* über die Grundsatzentscheidung des US-Höchstgerichts im gleichnamigen Fall von 1973 mit Holly Hunter in der Hauptrolle aus; danach haben Frauen das Recht, über Abbruch oder Fortführung einer Schwangerschaft selbst zu entscheiden; dieser Höchstgerichtsentscheid hatte dazu geführt, dass Abtreibungen in den USA legalisiert wurden.

### **Dolby Pro Logic**

Ein analoges Raumklangsystem von Dolby Laboratories Inc., einer von Ray Dolby in England gegründeten heutigen US-Firma, die sich auf Tonkompression und -wiedergabe spezialisiert hat. 1975 bringt Dolby "Dolby Stereo" für eine bessere Tonqualität im Kino heraus und modifiziert 1986 das System für den Hausgebrauch mit Dolby Surround und Dolby Pro Logic.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Dolce & Gabbana**

Ein italienisches Modedesigner-Paar – Domenico Dolce (\* 1958) und Stefano Gabbana (\* 1962), die seit 1985 die gleichnamige Modemarke D&G für Damen- und Herren-Prêt-à-porter führen und für jugendlich-avantgardistische Mode mit außergewöhnlichen Accessoires stehen.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Donahue, Phil**

Ein US-amerikanischer Talkshow-Moderator (\* 1935), der mit seiner *The Phil Donahue Show* (1969–96) wegberreitend für die Talkshow war: Liberale Themen wurden in einer neuen Form der Interaktion mit dem Publikum forciert, indem dieses aktiv aufgefordert wurde an der Show mit Fragen und Meinungen teilzunehmen. Die Show begann in Dayton, Ohio und wurde 1974–85 von Chicago und ab 1985 von New York City ausgestrahlt. Neben 20 Daytime Emmy Awards erhielt Donahue in den 1980er-Jahren mehrere Auszeichnungen – als "Best Talk Show Host" (1988), 1987 den Margaret Sanger Award der Organisation Planned Parenthood und 1980 den Peabody Award.

Siehe *TALKSHOW in den 1980ern*

### **Donna Karan**

Eine US-amerikanische Modemarke nach der gleichnamigen Designerin (\* 1948 als Donna Ivy Faske), die für Bequemlichkeit und Multifunktionalität, für den typischen "American Look" steht. Nach vielen Jahren Arbeit für das Modelabel Anne Klein gründete "DK" 1984 Donna Karan New York und brachte ein Jahr später ihre erste, gleichnamige Kollektion heraus. Die als "Prima Donna", "Queen D" oder "The Empress of Seventh Avenue" bezeichnete Modedesignerin wurde durch das Kleidungsstück, den "Body", ihre Lieblingsfarbe Schwarz und durch die zahlreichen Kombinationsmöglichkeiten ihrer Damenkleidung bekannt. 1988 brachte die mehrfach ausgezeichnete Designerin mit DKNY eine etwas preiswertere Marke für eine jüngere Zielgruppe auf den Markt.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Donner Party**

Der Begriff geht auf die knapp neunzig amerikanischen Siedlerinnen und Siedler auf ihrem Weg nach Westen (Kalifornien) zurück, die im Jahr 1846 im Hochgebirge der Sierra Nevada (auf Deutsch "verschneiter Gebirgszug") vom Schnee eingeschlossen waren. Nur wenige Menschen überlebten, weil sie ihre toten MitstreiterInnen aufgegessen hatten. Der Ort des stattgefundenen Kannibalismus nennt sich bis heute Donnerpass.

Siehe *TALKSHOW in den 1980ern*

### **"Don't Worry Baby"**

Ein Song (1964) der US-amerikanischen Vokalpopgruppe The Beach Boys aus dem Album *Shut Down Vol. 2*, der immer wieder gecovered wurde.

Siehe *Beach Boys, The*

### **"Don't Worry, Be Happy"**

Ein Top-Pophit (1988) von Bobby McFerrin aus dem Album *Simple Pleasures*, dessen Titel "Don't Worry, Be Happy" zum besonderen Credo und Schlagwort einer ganzen Generation weltweit wurde. Der ausschließlich von McFerrin eingespielte A-cappella-Song, der zusammen mit dem Film *Cocktail*

veröffentlicht wurde, gründet auf einem Zitat des indischen Gurus Meher Baha und erhielt 1989 drei Grammy-Auszeichnungen.  
Siehe *McFerrin, Bobby*

### **Dove Bar**

Ein mit Schokolade überzogener US-amerikanischer Eisriegel mit Vanillegeschmack.

### **Down Under Springs**

Eine australische Marke für Energydrinks aus kohlesäurehaltigem Mineralwasser in vier verschiedenen Geschmacksrichtungen.

### **Drakkar Noir**

Ein 1982 eingeführtes Männerparfüm von Guy Laroche für jede Gelegenheit. Bergamotte-, Zitrone- und Rosmarinnoten vermischt mit Basilikum, Bernstein und Patchouli gründen auf Zedernholz, Leder und Sandelholz.

### **Dreidel**

Ein jüdisches Spiel(zeug), das aus einem Kreisel besteht, der vier Seiten mit hebräischen Buchstaben von unterschiedlicher Bedeutung hat und gedreht wird (*to spin a dreidel*). Die Spielenden geben ein Pfand (sogenanntes Spielgeld) wie Rosinen, Nüsse oder Süßigkeiten in eine Kasse und drehen daraufhin abwechselnd den Kreisel. Je nach Bedeutung der Buchstabenseite, die obenauf zu liegen kommt, "arbeitet" das Pfand (Spielgeld) für die SpielerInnen; das heißt, es bleibt gleich, vermehrt sich, verringert sich oder muss mit den anderen geteilt werden. In *American Psycho* dient das jüdische Spiel zusammen mit dem Hinweis auf weitere hebräische Bräuche Bret Easton Ellis dazu, das Halbwissen seiner Yuppie-Figuren zu karikieren und zugleich die Yuppie-Generation und den herrschenden Rassismus zeitkritisch zu kommentieren (*AP* 37).

Siehe *Menorah* und *Hanukkah*

### **Drexel Burnham Lambert**

Eine US-Investmentbank, die sich mit ihrem Manager Michael Milken Anfang der 1980er-Jahre auf den Markt der "junk bonds" – hoch verzinslicher, aber äußerst risikobehafteter Schuldverschreibungen, mit denen Übernahmen finanziert wurden – spezialisiert hatte. Als diese so finanzierten Übernahmen den wirtschaftlichen Erwartungen der Spekulanten nicht mehr entsprachen, begannen die Kurse dieser Hochzinsanleihen zu fallen und Investorinnen und Investoren gleich wie Emittentinnen und Emittenten verloren ihr Geld. Drexel Burnham Lambert wurde durch die illegale Praxis der Weitergabe an Insiderinformationen zu einer Strafe von 650 Millionen US-Dollar verurteilt und musste nach der Verhaftung von Michael Milken Konkurs anmelden. Das Finanzhaus steht für die Skrupellosigkeit der Wall Street-Giganten.

Siehe *Insider trading*; *Boesky, Ivan* und *Milken, Michael*

### **Driller Killer, The**

Ein unabhängiger *low budget (slash & gore)*-Film (1979) des US-amerikanischen Regisseurs und Drehbuchautors Abel Ferrara. Schauplatz ist New York. Der ruhmlose Künstler Reno Miller steht vor einem Nervenzusammenbruch: Eine Punkrockband im gleichen Gebäude spielt 24-Stunden am Tag dieselben Lieder, seine Schulden steigen Tag für Tag und er muss für seinen Kunsthändler ein Bild fertig malen, um die überfällige Miete zahlen zu können. Zudem lebt seine Freundin mit ihrer lesbischen Liebhaberin im gemeinsamen Apartment. Als Renos Kunsthändler sich über sein fertig gemaltes Bild lustig macht, beginnt in Anlehnung an den Slasher-Film *The Texas Chainsaw Massacre* das Horrorszenario mit einem Black & Decker-Bohrer. Ein Film, auf den Bret Easton Ellis mit der Darstellung seines Protagonisten und dessen Gewaltexzessen auch klar Bezug nimmt und mit *American Psycho* weitertradiert.

Siehe *SEX and VIOLENCE in den 1980ern*

### **DROGEN in den 1980er-Jahren: Der schnelle Kick!**

Anhand der Art der Drogen und der Häufigkeit ihrer Erwähnung in *American Psycho* vermag Bret Easton Ellis einen Einblick in die grundsätzlich veränderte Drogenszene der 1980er-Jahre – als Spiegel der gesellschaftlichen Entwicklung – zu geben. Die im Text erwähnte Palette erstreckt sich von leichten Drogen bis zu harten Drogen, umfasst Cannabis, Halluzinogene, Opiate, Sedative und Stimulantia. Neben den seit Mitte der 1960er-Jahre üblichen, künstlich hergestellten Drogen wie LSD ("acid"), den natürlichen wie Peyote und Marijuana, welche allesamt bewusstseinsweiternd wirken, kam es mit der

Überschwemmung des Marktes mit Kokain zu einer grundsätzlichen Wende. (Der Kokainimport selbst war im politischen Austausch mit Zentralamerika, zur Bekämpfung des kommunistischen Einflusses, durch die CIA und die Bush-Noriega-Verbindung gefördert worden).<sup>1259</sup> Diese Wende von bewusstseinsweiternden zu betäubenden bzw. stimulierenden („aufputschenden“) Drogen belegen auch Bateman und sein Yuppie-Kreis mit den verwendeten Rauschmitteln: Das teure, psychisch abhängig machende Kokain war die „aufputschende“ (und Paranoia verursachende) Erfolgsdroge der Yuppies und Reichen schlechthin, welche viele Menschen aus High Society-Kreisen erstmals – gleich wie den stigmatisierten restlichen Bevölkerungsteil – drogensüchtig machte. Das Drogen-Äquivalent für die Armen in den vor allem innerstädtischen Bereichen war neben dem gängigen intravenösen Heroin die höchst süchtig machende billige Form von Kokain, Crack, das ab 1985 in Umlauf gebracht und geraucht wurde (eine Ampulle mit Crack-Stücken kostete zwischen 5 und 10 US-Dollar). Eine Präsidentschaftskommission schätzte 1986 5 Mio. Amerikanerinnen und Amerikaner als kokainabhängig und 500.000 als heroinabhängig ein. Bundesbedienstete in verantwortungsvoller Position wurden von da an stichprobenhaft auf Drogen geprüft; viele Unternehmen in der Privatwirtschaft setzten solche Praktiken ein. Daneben nahm der Missbrauch von Amphetaminen und anderen synthetischen Designerdrogen zu, wie es die Popularisierung von „Ecstasy“ seit Ende der 1980er-Jahre illustrierte. Die exzessive Einnahme dieser illegalen Drogen war zumeist von Alkoholmissbrauch begleitet. Bateman und seine Yuppie-Kollegen sind in Bars und Diskotheken immer auf der Suche nach Kokain, welches sie sich in den Toiletten „einziehen“: Bateman selbst jedoch verpasst zumeist seine Chance und dürfte also nicht kokainabhängig sein (was jedoch dem Yuppie-Image nicht entsprechen würde).<sup>1260</sup> Die sich im Text durchziehende Teilnahmslosigkeit der Figuren wiederum kann auf deren exzessiven Konsum von verschiedenen, großteils verschreibungspflichtigen Medikamenten wie Antidepressiva, Schlaf- und Beruhigungsmitteln zurückgeführt werden. Neben der Erwähnung von Antidepressiva verweist Bateman bei Courtney auf das anorganische Spurenelement Lithium, das manisch-depressiven Menschen verschrieben wird und bei zu hoher Dosierung tödlich wirkt. Mit diesem Wissen wird die Gefährlichkeit von Bateman auch für Courtney klar, als Bateman diese im Verlaufe eines Streites zwingen will, Lithium einzunehmen (AP 104). Neben den Schlafmitteln Dalmane (es ist auch ein verschreibungspflichtiges Beruhigungsmittel) verwendet Bateman Sominex, welches in den 1980er-Jahren als Sominex 2 mit dem Slogan „for a peaceful nightsleep“ beworben wurde. Daneben bekämpft Bateman seine morgendlichen Kater kontinuierlich mit den seit den 1980er-Jahren gängigen, rezeptfreien Schmerzmitteln „Advil“ und „Nuprin“ (welches er auch als Nupril bezeichnet) oder nimmt Beruhigungsmittel wie „Valium“, welches gegen „electrical storms of short circuit and seizures black outs“ entkrampfend wirkt, sowie „Halcion“, „Xanax“ und „clonopin“ (Klonopin). Als Beruhigungsmittel der ersten Generation hat *Klonopin* so starke Nebenwirkungen, dass es sich mit bestimmten Lebensmitteln nicht verträgt und zu Erbrechen führen kann. Batemans Freundin Evelyn nimmt wiederum „Librium“ gegen Angstzustände:

Anti-anxiety drugs are habit forming (addictive) and mainly prescribed for stress. They are broken down in the liver; and thus, can cause a lot of side effects. Therefore different generations have been developed. Each generation is acting shorter (no drug hangover), has less side effects and less active metabolites.<sup>1261</sup>

Die verschiedenen Antidepressiva werden grundsätzlich mittels ihrer Struktur in *tricyclic* (= Elavil), *tetracyclic*, MAOD's (Parnate) und als SSRI's unterschieden. Das in den 1980er-Jahren weit verbreitete und bei psychosozialen Problemen verschriebene Medikament „Parnate“ – Evelyn, so Bateman, sei übrigens auch von Parnate, einem Antidepressivum abhängig (AP 24) – wurde wegen seiner starken Nebeneffekte in den 1990ern durch Prosaic ersetzt. Mittels dieser detaillierten Angaben über die Art der Medikamente und ihrer grundsätzlichen Wirkungsweise möchte ich nun darlegen, wie Batemans verwirrtes Verhalten – abgesehen von der Pathologie eines Serienmörders – rein logisch auf das Fehlen der betäubenden Medikamente zurückführbar ist. Im Kapitel „A Glimpse of a Thursday Afternoon“ (AP 148–52) erlebt Bateman eine Panikattacke, die er mit einem Medikamentencocktail aus „Valium“, „Xanax“ und „Halcion“ bekämpfen will. Er findet jedoch nur „drei Nuprin“ und schluckt diese. Ganz abgesehen vom Faktum, dass ein Schmerzmittel in seiner Wirkung kein Beruhigungsmittel und Antidepressivum ersetzt, zeigt die Aktion selbst jedoch, dass es Bateman ausschließlich um den Akt des

<sup>1259</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 360; 351 f., 396 f. als eine Grundlage meiner weiteren Ausführungen zu diesem Eintrag.

<sup>1260</sup> Vgl. *American Psycho* 50, 54 ff., 57 f., 80 f., 195 ff., 200 ff., 208, 311, 325, 347, 362 f.

<sup>1261</sup> Alle Informationen zu den im Roman erwähnten Drogen und Medikamenten stammen aus den Gesprächen mit dem pharmazeutischen Team der San Diego State University, San Diego (CA) und aus dem offiziellen Facts and Comparisons Handbuch *Patient Drug Facts* (1997) sowie aus der Roten Liste ® von 2001 (Stand: Januar 2001), dem Arzneimittelverzeichnis für Deutschland (einschließlich EU-Zulassungen von bestimmten Medizinprodukten).

Konsumierens geht; und da gilt, je mehr (drei) konsumiert wird, desto besser: Das Aufzählen der Produkte gegen seine Panikattacke wird auch bei den Medikamenten zu einem Markenwettbewerb, wobei Batemans Lösung für das Problem selbst alleinig im Konsumieren liegt und der Unterschied zwischen Medikament und Droge ihm eigentlich egal ist – Hauptsache, es folgt eine Betäubung durch deren Konsum.<sup>1262</sup> Batemans Angstattacke selbst äußert sich – wie im pharmazeutischem Lehrbuch – in unkoordinierten und unkontrollierten Aktionen, Verwirrung, Depression, Erinnerungsverlust, Stimmungsschwankungen, Schwächeanfällen, Unruhe, Apathie, Kopfschmerzen, in einem epileptischen Anfall und in wirren Gedankenketten. Die körperlichen Symptome sind Schweißausbrüche, eingeschränktes Hör- und Sehvermögen, Heißhunger und Erbrechen. Die Aufzeichnungen dieses Kapitels beginnen und enden übrigens rein formal mitten im Satz:

and its midafternoon and I find myself standing at a phone booth on a corner somewhere downtown, I don't know where, but I'm sweaty, and a pounding migraine thumps dully in my head and I'm experiencing a major-league anxiety attack, [...] I've forgotten who I had lunch with [...] Oh god, I *can't remember*," I moan, my clothes -a linen and silk sport coat, [...] drenched with sweat, and I take off the jacket and wipe my face with it. The phone keeps ringing but I don't know who I've called and [...] then I hear a faint familiar sound coming through the wires-Jean's soft voice competing with the endless gridlock stuck on Broadway. The Patty Winters Show this morning was Aspirin [...] "Patrick? Is that you?" [...] "*Jean*, I need *help*," I shout. "Patrick?" "What?" [...] "Jean?" I sigh, wiping my nose [...] "what do you say, you dumb bitch?" "Not *Bice*, Patrick. The reservation is at *Melrose*, Not *Bice*." [...] "What is it, Patrick? Are you all right?" she asks. "Stop sounding so fucking . . . sad. Jesus," I shout. [...] the walkman around my neck feels suddenly like boulder strapped around my throat [...] and I have to throw the Walkman, a cheap one, into the nearest trash [...] sweat pouring down my face and I can taste it when I lick my lips and it starts tasting good and I'm suddenly ravenous and I run my hand through my hair and lick greedily at the palm while moving up Broadway, [...] music movements matching the beat of the sound, a Madonna single, Madonna crying out, "*life is a mystery, everyone must stand alone* ..." , bike messengers whiz by and I'm standing on a corner scowling at them, but people pass, oblivious, no one pays attention, they don't even pretend to *not* pay attention, and this fact sobers me up long enough [...] when I assume my normalcy has returned and I'm straightened out, my stomach tightens and the cramps are so intense that I hobble into the nearest doorway and clutch my waist, [...] I buy a set of butcher knives, an ax, a bottle of hydrochloric acid, and then, at the pet store down the block, a Harbital and two white rats that I plan to torture [...] Lafayette, sweating and moaning and pushing people out of my way, foam pouring out of my mouth, stomach contracting with horrendous abdominal cramps [...] after I start stuffing handfuls of the ham into my mouth, scooping the lukewarm pink meat out of the can, [...] throwing up all the ham, leaning against a poster for Les Misérables at a bus stop and I kiss the drawing of Eponine's lovely face, [...] muttering over and over to no one, "I've gotta return my videotapes [...]" *whoever*, and he says "Hey, Kinsley," and I belch into his face, my eyes rolling back into my head, greenish bile dripping in strings from my bared fangs, and he suggests, unfazed, "See you at Fluties, okay? [...]" a Korean Deli [...] I look up into his slanty-eyed round face he suddenly bursts into the chorus of Lou Christie's "Lightnin' Strikes". I pull away, horrified, stumbling uptown, toward home, but people, places, stores keep interrupting me, a drug dealer on Thirteenth Street who offers me crack and blindly I wave a fifty at him and he says "Oh, man" gratefully and shakes my hand, pressing five vials into my palm which I proceed to *eat whole* and the crack dealer stares at me, trying to mask his deep disturbance with an amused glare, and I grab him by the neck and croak out, my breath reeking, "*The best engine is in the BMW 750iL*," and then I move on [...] (AP 148–51)

Mit diesem Hintergrundwissen verliert *American Psycho* nicht nur (vermeintlich) postmoderne Erzählmerkmale, sondern wirkt situationskomisch und zeigt mit einem völlig alkohol-, medikamenten- und drogenabhängigen Erzählerprotagonisten auch den extremen Konsumenten.  
Siehe *SHOPPING*

### **Dumpster**

Eine US-Handelsmarke, die zum Synonym für den "mobilen Müllcontainer" wurde.

### **Dunhill**

Ein renommiertes Londoner Herrenbekleidungsgeschäft und eine Modemarke nach dem gleichnamigen Begründer Alfred Dunhill, das vom Duke of Windsor, von Pablo Picasso und Elvis Presley besucht wurde. Gegründet als Dunhill Motorities wurde das Geschäft zum beliebten Treffpunkt für "Gentlemen", für Herrenmode und Luxusaccessoires.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Dunkin' Donuts**

Eine US-amerikanische Doughnut-Schnellrestaurantkette im Franchise-System der Firma Dunkin Brands Inc.

<sup>1262</sup> Vgl. *American Psycho* 112, 148, 179, 200, 226, 230, 308, 323, 343, 345 f., 362, 389.

### **Duntech**

Ein australisches Unternehmen des Physikers John Dunlavy, das seit 1981 professionelle Lautsprecher der Luxusklasse entwickelt und herstellt und deren Preisklasse gemäß der Exklusivität der Ausführung stark variiert. Das von Bateman in seiner Wohnung erwähnte Modell "a six-foot Duntech Sovereign 2001 speakers in Brazilian rosewood" (AP 25), das einen großen Raum benötigen würde, um zu wirken, wurde 1987 eingeführt und kostete in der seltenen Ausführung in tropischem Rio-Palisander-Holz damals etwa 15 000 US-Dollar.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Duplex, The**

Ein legendäres New Yorker Kabarett-Theater mit Pianobar in Greenwich Village seit seinem Umzug von TriBeCa in den 1980er-Jahren. Joan Rivers und Woody Allen wurden darin berühmt. Bateman bezeichnet das Lokal fälschlicherweise als "DuPlex, the new Tony McManus restaurant in Tribeca" (AP 137).

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **DuPont**

Ein 1802 von Eleuthère Iréné du Pont in Delaware gegründetes US-Unternehmen zur Erzeugung von Schießpulver. Später wird DuPont zum multinationalen Chemie-Unternehmen, das sich der Materialentwicklung in den unterschiedlichsten Bereichen – von der Unterhaltungs- und Kommunikationstechnologie zur Landwirtschaft – verschrieben hat und im 20. Jh. für Nylon, Teflon und Kevlar sowie für die Erfindung des "lycra spandex", der Kunstfaser Elastan, die als Marke "Lycra" bekannt wurde, in den 1980er-Jahren verantwortlich war. DuPont gilt als eine der reichsten Familiendynastien der USA.

### **Durgin**

Eine US-Marke für hochwertiges handgefertigtes Tafelsilber seit 1853 nach dem gleichnamigen Begründer William B. Durgin aus Concord, NH.

Siehe *Gorham*

### **Dwarf Tossing**

Ein in den 1980er-Jahren im Süden der USA, vor allem in Florida und Texas, beliebter Sport aus dem Schaustellergewerbe ursprünglich, bei dem kleinwüchsige Menschen (*dwarfs*) im Weitwurfwettbewerb durch die Luft geworfen werden. Ab 1989 wurde das Zwergerwerfen nach heftigen Kontroversen in Florida und in New York verboten. In *American Psycho* erwähnt Bateman mehrmals den Begriff "dwarfs" als Schimpfwort, um Geschäftspartner zu diskreditieren.

### **Dylan, Bob**

Ein US-amerikanischer Liedermacher (\* 1941) mit bürgerlichem Namen Robert Allen Zimmerman, der seit den 1960er-Jahren als einer der einflussreichsten Musiker gilt, mit einer ureigenen breiten amerikanischen Songtradition – von Rock, Folk, Pop, Country, Blues – getragen von poetischen Texten. Letztere wiederum sind von philosophischen und politischen Gedanken geprägt. Mit einem seiner berühmtesten Songs "Blowin' in the Wind" (1963) engagierte sich Dylan für die Ideen der *counterculture* und wird daraufhin zu einem Aushängeschild der 1968er-Bewegung.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

## **E**

### **Eagles**

Eine US-amerikanische Rockband, die mit ihren Hitsingles und Topalben in den USA zu den erfolgreichsten Musikbands der 1970er-Jahre und Grammy-Trägern zählt. *Eagles: their Greatest Hits 1971–1975* (1976) und *Hotel California* (1976) rangierten laut amerikanischer Plattenindustrie in den 1980ern sogar unter den zehn bestverkauften Alben in den USA. 1971 in Los Angeles von befreundeten Musikern aus allen Teilen der USA und ihrem Manager David Geffen gegründet, spielten die Eagles zunächst Country-Folkrock im traditionellen Rock 'n' Roll-Stil, den sie im Laufe ihres Schaffens als "klassischen" Rock popularisierten.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Earth, Wind & Fire**

Eine US-amerikanische Funk-Musikgruppe und die erfolgreichste "schwarze" R&B-Band in den 1970er-Jahren, die – 1969 in Chicago gegründet – mit dem Soundtrack zum Film *That's the Way of the World* (1975) ihren großen Durchbruch hatte. 1987 versuchte Earth, Wind & Fire ein Comeback, das jedoch nicht mehr an den Erfolg in den 1970ern anschließen konnte.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **East Hampton**

Ein Nobelort auf der Insel Long Island im US-Staat New York mit schmucken Häusern, sauberen Stränden und berühmten Gästen.

Siehe *Hamptons, The*

### **East Village**

Ein dörflich geprägter Stadtteil von Manhattan zwischen 3<sup>rd</sup> Avenue und Avenue D, 14<sup>th</sup> Street und Houston Street. Das Viertel der literarischen und musikalischen Avantgarde der 1950er- und 1960er-Jahre in New York mutierte in den 1970ern zu einem beliebten Umschlagsplatz für Drogen und erlebte als gefragtes Galeriemviertel in den 1980er-Jahren zunächst eine Neubelebung mit verschiedenen Ethnien. Die in den 1990er-Jahren von Westen nach Osten stattfindende Sanierung des Szeneviertels veränderte dieses erneut und machte es zu einem beliebten Spekulationsobjekt für den Immobilienhandel.

Siehe *GENTRIFICATION* und *KUNST in den 1980ern*

### **Eastern Airlines**

Eine der ältesten US-Fluglinien seit ihren Anfängen 1926 als Eastern Air Transport, welche nach einer traditionsreichen Geschichte als eine der "Big Four" 1991 in Konkurs ging.

### **Economist, The**

Ein 1843 gegründetes englisches Wirtschaftswochenblatt von großem Einfluss und mit Sitz in London.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **Ecstasy**

Eine synthetische, in Pillen- oder Tablettenform angebotene Party-Droge aus künstlich hergestellten Amphetamin-Derivaten. Abkürzung E-Pille. Der Hauptstoff 3-4-Methylendioxy-methamphetamin, kurz MDMA, war bereits Anfang des 20. Jahrhunderts als Appetitzügler und Antidepressivum bekannt, breitete sich jedoch erst Mitte der 1980er-Jahre mit den Techno-Partys als Designerdroge aus. Mit der Ausschüttung des Botenstoffs Serotonin im Gehirn durch Ecstasy kommt es zu einer Bewusstseinssteigerung, einem vermehrten Antrieb und zum Ausfall von Hunger, Durst und Müdigkeit, was in dieser Kombination zu Kreislaufzusammenbrüchen und Austrocknung sowie zu langfristigen körperlichen und geistigen Schäden führen kann. MDMA und damit auch Ecstasy sind seit 1986 verboten.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Edgartown**

Einer der exklusivsten Erholungsorte in den USA an der Küste New Englands im Bundesstaat Massachusetts. Als erste Siedlungskolonie auf der Insel Martha's Vineyard besitzt Edgartown historisch wertvolle Sehenswürdigkeiten und wurde durch die Walfischindustrie bekannt. Seit Anfang des 20. Jahrhunderts gilt der Freizeit- und Erholungsort vieler "East Coaster" auch als einer der wichtigsten und größten Yachtzentren weltweit.

### **Edge of the Icepack**

Ein ausgewiesener Habitat-Bereich für Pinguine im New Yorker Central Park Zoo.

### **Edge, The**

Ein Künstlername für den irischen Gitarristen, Keyboarder und Sänger David Howell Evans (\* 1961) der Rockgruppe U2.

Siehe *U2*

**Edward Sexton**

Ein britischer Maßschneider (\* 1942) von der Londoner *Savile Row*, der als "Kleidungsskulpteur" internationale Berühmtheit erlangte und dessen Maßmode für ihren Perfektionismus sowie natürliche elegante Lässigkeit bekannt ist.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**EG Smith**

Eine US-amerikanische Strumpfwarenmarke der E. G. Smith World Love Productions seit den 1980er-Jahren, die für ihre Baumwollqualität und Passform bekannt ist.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Eggnog**

Ein würziger Eierpunsch, der in den USA traditionell zu Weihnachten getrunken wird.

**Elan**

Ein Mineralwasser aus dem Bundesstaat Georgia in den USA.

**Elavil**

Ein verschreibungspflichtiges Antidepressivum aus den USA.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

**Elite Model Management**

Ein exklusiver, international agierender Begleitservice mit Models aus Mode, Fernsehen und Film für VIPs in New York City.

**Elizabeth Arden**

Eine US-Marke im Parfüm- und Kosmetik- sowie im Gesichtspflegebereich der Kanadierin Florence Nightingale Graham (\* 1878, † 1966), welche die frühere Krankenschwester Anfang des 20. Jahrhunderts in ihrem Beautysalon in New York kreiert hatte. EA war die erste Kosmetikmarke, die 1939 im Kino beworben wurde und Grahams Salon der erste Schönheitssalon, wo auch Mode vorgeführt wurde. 1987 wurde die Kosmetikmarke an Fabergé verkauft.

**Ellis Island**

Eine kleine Insel im Hafen von New York vor der Südspitze von Manhattan, die zwischen 1892 und 1954 als Prüfstation für Millionen von Einwandererinnen und Einwanderern diente.

**Empire State Building**

Ein 1931 nach den Plänen von Shreve, Lamb und Harmon erbautes Art-Déco-Gebäude, das mit 381 Metern Höhe, 102 Stockwerken und 73 Aufzügen seinerzeit alle Rekorde brach und als höchstes Gebäude der Welt 1974 vom World Trade Center (Einsturz durch Terroranschlag am 11. September 2001) abgelöst wurde. 1986 wurde das Empire State Building zum nationalen Denkmal erklärt und gilt seither als Wahrzeichen von New York, das eine Panorama-Plattform mit einer spektakulären Aussicht bietet.

**Emporio**

Eine jugendlich-sportliche Modemarke des italienischen Designers Giorgio Armani.

Siehe *Armani, Giorgio*

**Epi Leather**

Eine der ersten Lederwaren-Linien für Hand- und Brieftaschen nach einer speziellen Machart des französischen Modeunternehmens Louis Vuitton.

Siehe *Louis Vuitton*

**Éponine**

Eine tragische Mädchenfigur aus dem Roman *Les Misérables* (1862) des französischen Schriftstellers Victor Hugo, die das "Böse" verkörpert. Die Werbepлакate der gleichnamigen britischen Musicaladaption von 1980, die am 12. März 1987 ihre Premiere am New Yorker Broadway hatte und auf die Bateman Bezug nimmt (*AP* 4, 151), zeigen jedoch die Mädchenfigur Cosette, die in *Les Misérables* für das "Gute" steht.

Siehe *Misérables, Les*



### **Ermenegildo Zegna**

Ein italienisches Mode- und Textilunternehmen mit Tradition in der Produktion von feinen Stoffen seit 1910 und im Design qualitativ hochwertiger Herrenbekleidung seit 1968. Zegna steht für Individualisten, die abwechselnd maßgeschneiderte Anzüge und Sportswear – Formelles und Lockeres – tragen und wo das Detail die Eleganz beweist. Timothy Price trägt einen “silk suit” von Zegna (AP 4), Bateman einen “wool suit” (AP 362), was den Leserinnen und Lesern von *American Psycho* wiederum eine Jahreszeitangabe bietet.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **ESOP**

Eine Abkürzung für englisch “Employee Stock Ownership Plan”, ein Belegschaftsaktienprogramm.

### **Esquire**

Ein US-amerikanisches und international anerkanntes Herrenmagazin seit 1933, das mit seinen hochwertigen Beiträgen von renommierten Autoren, dem Einsatz von Pin-ups und der Besprechung von klassischen Lifestyle-Männerthemen von Anfang an seine eigene Linie fuhr.

Siehe *MASSENMEDIEN in den 1980ern*

### **Etro umbrella**

Ein Luxus-Regenschirm mit einem typischen blau-weißen, waagrecht-senkrecht ausgelegten Muster, einem dunklen Holzgriff und einem hart verchromten Logo des italienischen Designers und Gründers des Traditionsunternehmens in Familienhand Gerolamo “Gimmo” Etro. Inspiriert von seinen Reisen, begann Etro 1968 sein Textilunternehmen in Mailand mit Luxusmaterialien und Motiven aus aller Welt aufzubauen. In den 1980er-Jahren hatte Etro seinen Durchbruch mit Mode im Paisley-Muster und bietet heute die gesamte Produktpalette von Einrichtungsgegenständen und Accessoires bis Parfüms an. Etro steht für schrille Muster in ungewöhnlichen Farben auf feinsten Materialien.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Eugenio Venanzi**

Ein US-amerikanischer Designer, Modeschöpfer und Hersteller exklusiver maßgefertigter Herrenhemden, Krawatten und Accessoires für renommierte Herrenmodegeschäfte in den USA und Europa. Venanzi war auch Kostümberater bei Oliver Stones Filmhit *Wall Street* (1987).

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Evian**

Ein hochpreisiges natürliches Mineralwasser (ohne Kohlensäure) aus den französischen Alpen, das in den 1980er-Jahren zum Image eines (gesundheitsbewussten) Yuppies beitrug. Evian ist eine Marke des französischen Lebensmittelunternehmens Danone.

### **Exeter**

Ein unabhängiges, exklusives US-Privatgymnasium. Die Phillips Exeter Academy, auch als Exeter bezeichnet, wurde 1781 in Exeter, New Hampshire, von John und Elizabeth Phillips zur Synthese von “goodness with knowledge” bei Jugendlichen gegründet. Exeter ist auch für die Einführung des Harkness-Unterrichts, der Sitzordnung in Form eines U, bekannt.<sup>1263</sup>

## **F**

### **F.A.O. Schwarz**

Ein Spielzeuggeschäft an der 5<sup>th</sup> Avenue in New York City, das in den 1980er-Jahren das weltweit größte, bekannteste und teuerste seiner Art war.

Siehe *SHOPPING*

---

<sup>1263</sup> Phillips Exeter Academy | Exeter, [www.exeter.edu](http://www.exeter.edu).

**Fabergé**

Eine traditionsreiche russische Familie der Goldschmiede- und Juwelierskunst aus dem 19. Jahrhundert, die durch den Gründer Peter Carl Fabergé ob ihrer Kreativität und Kunstfertigkeit zum Hoflieferanten des Zaren avancierte. 1885 entstand das erste Osterei, wofür Fabergé bis heute neben Uhren, Ikonen, Schmuckdosen, Etais und Prunkschüsseln berühmt ist. Später arbeitete die Familie für den gesamten europäischen Hochadel, musste aufgrund der Oktoberrevolution 1918 jedoch ins Ausland flüchten. Der Multimillionär und Medienmogul Malcolm Forbes war ein großer Sammler von Fabergé-Ostereiern.

**Fair Isle**

Ein Modefachausdruck für ein geometrisch gestreiftes, buntes Strickmuster.

**“Faith”**

Ein Singlehit (1987) aus dem gleichnamigen Debütalbum des britischen Popsängers George Michael. Siehe *Michael, George*

**FAME magazine**

Eine New Yorker Monatszeitschrift über *Fashion Art Music Entertainment* von 1988–90. Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

**Farewell to Arms, A**

Ein 1929 erschienener Romanklassiker des US-amerikanischen Schriftstellers Ernest Hemingway, der 1932 von Frank Borzage mit Gary Cooper in der Hauptrolle verfilmt wurde. *A Farewell to Arms* trägt autobiografische Züge und beschreibt die Gräueltaten des Krieges: Ein Amerikaner, freiwilliger Sanitäter in Italien, wird während des Ersten Weltkrieges schwer verwundet und von einer englischen Krankenschwester gepflegt. Als seine Pflegerin und spätere Geliebte verhilft sie dem Verletzten zur Selbsterkenntnis. Die beiden fliehen in die Schweiz.

Siehe *Hemingway, Ernest*

**Farrell, Robert**

Ein in den 1980er-Jahren tätiger Senior-Investmentberater und Börsenanalyst bei der US-Investmentbank Merrill Lynch.

Siehe *Prechter, Robert*

**Farsi**

Persische Bezeichnung für die gleichnamige persische Sprache.

**Fatal Vision**

Ein US-Minifilmserie (1984) auf NBC von Regisseur David Green nach dem 1983 erschienenen gleichnamigen Roman von Joe McGinniss über das grausame Verbrechen eines US-Armeeoffiziers in Fort Bragg, NC, 1970. Jeffrey Robert MacDonald, Princeton-Absolvent und Mediziner der Spezialtruppe des US-Marinekorps, der Marines (United States Marine Corps), war 1979 des Mordes an seiner Frau und seinen beiden Töchtern zu lebenslanger Haft verurteilt worden. Der Fall hatte die amerikanische Öffentlichkeit insofern schockiert, als MacDonald alles besaß, was den amerikanischen Traum verkörperte. Der Roman *Fatal Vision* belegt zudem eine Entwicklung im Populärkulturbereich, wonach ein Bestseller seit den 1980ern auch verfilmt wird.

Siehe *McGinniss, Joe* und *SERIENMORD in den 1980ern*

**Faulkner, William**

Ein US-amerikanischer Schriftsteller (\* 1897, † 1962) aus New Albany (MS), der aus einer verarmten Südstaatenfamilie stammte und die Probleme des Rassengegensatzes im Süden sowie den Zerfall traditioneller Südstaaten-Familienhierarchien, komplex und von James Joyce inspiriert, als modernen Roman verarbeitete. William Harrison Faulkner erhielt 1949 den Nobelpreis für Literatur. Patrick Batemans' Anspielung “‘Listen, the dick also rises’, Van Patten says, ‘Faulkner’” (AP 33) führt zu Ernest Hemingways Klassiker *The Sun also Rises* (1926) über eine desillusionierte und ‘verlorene Generation’ (Gertrude Stein), die sich selbst zerstört. Diese verfälschte Anspielung in *American Psycho* dient Bret Easton Ellis dazu, das Halbwissen seiner Yuppie-Figuren im Roman zu karikieren und zugleich die Yuppie-Generation zeitkritisch zu kommentieren.

Siehe *Hemingway, Ernest*

**FDA**

Eine Abkürzung für englisch "Food and Drug Administration", die US-Behörde für Lebensmittel und Medikamente.

**Feathered Nest**

Eine historische New Yorker Immobilienfirma an der Lexington Avenue im Herzen Manhattans, die sich als eine der größten Firmen in den 1980er-Jahren auf das kurzfristige Vermieten von Wohnungen spezialisiert hatte.

**Federal Express**

Ein US-amerikanisches Unternehmen für Schnellkurierservice und Logistikdienste seit 1971, das durch das Versprechen eines bundesweiten (*federal*) Dienstes, siehe auch das FedEx-Logo, Regierungsverträge erhielt. Mit der Deregulierung des Transportwesens, einem neuen Luftfrachtsystem Anfang der 1980er-Jahre und dem Kauf der internationalen Luftfrachtlinie Flying Tigers 1989 wurde Federal Express (FedEx) in jener Dekade zum führenden Schnellkurier mit Übernachtsservice. Im Laufe der Jahre ist FedEx zum Synonym für "Schnellkurierdienst" geworden.

**Fendi**

Ein italienisches Pelz- und Lederwarenhaus aus Rom und Firmenimperium. Das erste Fendi-Logo mit dem doppelten F war eine der ersten internationalen Marken "Made in Italy". Die Zusammenarbeit mit Karl Lagerfeld brachte eine völlige Neuinterpretation und Neugestaltung der traditionellen pompösen Pelzmode in Richtung leichter tragbarer und unkomplizierter Materialien. Die Modemarke Fendissime – Pelze, Sportbekleidung und Accessoires – wurde 1987 für eine junge Modeklientel entworfen; dem folgte *Fendi Uomo* und eine weitere Ausweitung des Modeimperiums in Richtung Parfüms, Uhren, Brillen, Wäsche fürs Haus bis zu Einrichtungsgegenständen, was wiederum zu Auftragsarbeiten für Theater- und Kinoproduktionen führte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Ferragamo**

Ein berühmter italienischer Schuhmacher namens Salvatore Ferragamo (\* 1898, † 1960), der Stars aus Hollywood und Staatsmänner weltweit mit Schuhen ausstattete und dessen gleichnamige Marke seit den 1970er-Jahren auch Uhren, Taschen, Parfüms und Accessoires umfasst.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Fiddler on the Roof**

Ein US-amerikanisches Broadway-Musical von 1964 von Joseph Stein mit Zero Mostel in der Hauptrolle, das auf der Kurzgeschichte "Tevye and His Daughters" von Sholom Aleichem gründet. Die Geschichte spielt in einem kleinen jüdischen Dorf in Russland 1905. Der Milchmann Tevye will sich mit der Tradition seiner Welt dem Wandel der Zeit widersetzen und seine älteste Tochter Tzeitel mit einem älteren, reichen Metzger verheiraten; sie liebt jedoch einen armen Schneider. Tevye muss sich nun zwischen dem Glück seiner Tochter und einer langen Familientradition entscheiden. *Fiddler on the Roof* gab über 3.000 Aufführungen im Imperial Theater, war zu jener Zeit die am längsten andauernde Produktion am Broadway und wurde 1971 verfilmt.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

**Filofax**

Eine englische Firma, die zumeist in Leder gebundene Terminplaner in Ringheftbindung und in verschiedenen Formaten herstellt und gleichnamige Marke für personalisierte Lederwaren und Reisegepäck. Der Name "Filofax" geht dabei auf die zunächst nur firmeninterne Abkürzung "file of facts" zurück, Fakten in einem Ordner zu sammeln. Der seit 1921 gängige Firmenname Norman & Hill wurde aufgrund der Popularität des persönlichen Zeitplaners 1976 auf Filofax geändert.

**Financial Times**

Eine 1888 gegründete Londoner Tageszeitung mit Schwerpunkt auf Finanz- und Wirtschaftsberichterstattung. Um die *FT* von ihrem damaligen Konkurrenzblatt der *Financial News* abzuheben und damit unverwechselbar zu machen, wurde die *FT* auf lachsfarbenem Papier gedruckt. In den 1970er-Jahren erfolgte aufgrund der Spezialthemen zum Europamarkt eine Internationalisierung der Wirtschaftszeitung. 1979 gab es in Frankfurt eine Ausgabe für eine europäische und für eine nordamerikanische Leserschaft. Aus dieser Zeit stammt ihr gängiger Werbeslogan ("No FT ... No

Comment“). 1986 wurde erstmals ein Viertel aller Exemplare außerhalb Großbritanniens gedruckt. Druckorte sind New York, London und Frankfurt.  
Siehe *MASSENMEDIEN in den 1980ern*

### **Finlandia**

Eine finnische Wodka-Marke.

### **Fioravanti, William**

Ein New Yorker Maßschneider mit italienischen Wurzeln, der als Präsident der US-amerikanischen Custom Tailors Designers Association in den 1980er-Jahren auch als einer der besten seiner Zunft galt.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Fiorucci**

Eine italienische Kult-Modemarke mit Barock-Engelchen für junge, kitschig schrille Pop-Kleidung der späten 1970er- und 1980er-Jahre. Der Designer Elio Fiorucci (\* 1935, † 2015) hatte Londoner Straßen- und Jugendkultur in die Mailänder Großstadt importiert, hochgestylt und über die eigenen Geschäfte wieder exportiert, unter anderem auch nach New York. Bateman und Price beschreiben Vanden aus Downtown wegen ihres finanziellen Status und sozialen Images abfällig als Mischung zwischen “The Limited and ... used Benetton [... and] Used Fiorucci.” (AP 19)  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **First Boston**

Eine US-Bank, die älteste amtlich zugelassene der USA, welche 1784 als Massachusetts Bank und Gegenstück zu den britischen Banken gegründet wurde und durch den Zusammenschluss mit der First National Bank of Boston den Namen Bank of Boston erhielt. In den 1980er-Jahren avancierte die Bank of Boston zu den wichtigsten Banken New Englands, zeitgleich entstand auch eine I-Bank, die First Boston Corporation, die sich als Credit Suisse First Boston durch zahlreiche Fusionen und Übernahmen einen Namen machte.

### **Fischl, Eric**

Ein US-amerikanischer Maler (\* 1948), dessen Bilder durch Fotovorlagen und porträtierte Situationen des amerikanischen Alltagslebens entstehen und dabei den Voyeurismus der Betrachterin bzw. des Betrachters seiner (zukünftigen) Bilder miteinbezieht.  
Siehe *KUNST in den 1980ern*

### **Flamingo East**

Eine Lounge-Bar an der 2<sup>nd</sup> Ave & 13<sup>th</sup> Str. im East Village in New York City, die in den 1980er-Jahren als Restaurant und Nachtclub ein beliebter Treffpunkt für Nachwuchskünstlerinnen und -künstler, Designschaffende und queere Menschen war.  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Flatiron District**

Ein kleines Viertel in Manhattan, New York City, um das 22-stöckige Flatiron Building, ein dreieckiges Hochhaus in Bügeleisenform mit einem Stahlskelett im Inneren und einer Renaissanceverkleidung außen an der Kreuzung von Fifth Avenue und Broadway sowie 23<sup>rd</sup> Street in Midtown. Bei seiner Eröffnung 1902 war das Gebäude für kurze Zeit der höchste Wolkenkratzer der Welt und ist noch heute einer der originalen Wolkenkratzer New Yorks. Der Name “Flatiron District” selbst geht jedoch erst auf die Vermarktung des gentrifizierten und begehrten Wohngebietes als Flatiron District durch Immobilienbüros ab Mitte der 1980er-Jahre zurück.

### **Flutie's, Pier 17**

Ein 1986 eröffnetes New Yorker Restaurant im American Style des New Jersey Quarterbacks Doug Flutie am Pier 17 des 89 South Street Seaports mit Blick auf die Brooklyn Bridge und das 1991 wieder geschlossen wurde.  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**FM**

Eine Abkürzung für "Frequenzmodulation", eine Technik, bei der über Frequenzschwankungen des modulierenden Signals im Mittelwert/um eine Trägerschwingung elektronische Signale wie beispielsweise eine Audiofrequenz übertragen werden.

Siehe *AM*

**Foltène**

Ein seit den 1960er-Jahren erprobtes und patentiertes italienisches Mittel gegen Haarausfall der Crinos Industria Farmacobiologica SPA aus Como mit einem speziellen Wirkstoff. Wegen seiner exzessiven Erforschung wurde das Produkt in den 1980er-Jahren zum Synonym für das "Anti-Haarausfallmittel" und zum Bestseller in vielen Ländern der Welt.

**Fonti di Crodo**

Ein italienisches Mineralwasser aus Crodo, Valle d'Oro, der Region Piemont seit 1685, heute im Besitz des Campari-Unternehmens.

**Forbes, Malcolm**

Ein US-amerikanischer Verleger und einflussreicher Wirtschafts- und Gesellschaftsmagnat (\* 1919, † 1990). Er war der Sohn eines schottischen Immigranten, der 1917 die Zeitschrift *Forbes* gegründet hatte. Nach dem Tod seines Vaters 1954 übernahm Malcolm Forbes die Zeitschrift und machte sie zum erfolgreichsten Wirtschaftsblatt der USA mit einer monatlichen Auflage von 735.000 Exemplaren. Forbes jährliche Liste der 400 reichsten Menschen in den USA gilt mittlerweile als meistzitierte Quelle für die Verteilung des amerikanischen Vermögens. Nach einer erfolglosen Kandidatur für den Gouverneursposten von New Jersey (1957) benutzte Forbes seine Zeitschrift und zahllose Sachbücher, um darin immer wieder die Vorteile des Laissez-faire-Kapitalismus zu preisen, den er als Milliardär auch selbst lebte: So ließ Forbes zu seinem 70. Geburtstag 1989 Hunderte von Berühmtheiten zu seiner 2 Mio. US-Dollar-teuren Geburtstagsparty in Marokko einfliegen.<sup>1264</sup>

**Fortune**

Eine 1930 gegründete, monatlich erscheinende amerikanische Wirtschaftszeitschrift aus New York.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

**Fortune cookie**

Eine US-amerikanische Erfindung, die auf eine Tradition des antiken Chinas zurückgeht, wonach sich chinesische Rebellen mit geheimen Botschaften, die in Brötchen versteckt waren, verständigten. David Jung, ein Nudelmacher aus Los Angeles, erfand 1916 die ersten Glückskekse, die bis heute – mit einem konfuzianischen Sprichwort oder einem Schicksalspruch – zum Abschluss eines Mahls in vielen chinesischen Restaurants weltweit serviert werden.

**Fortunoff**

Ein New Yorker Fachgeschäft auf mehreren Stöcken an der Fifth Avenue mit Schmuck und Uhren, Kristallwaren, Tischschmuck, Besteckwaren und Geschirr und begehrtes Ziel für eine Hochzeitsausstattung.

Siehe *SHOPPING*

**Foster's**

Eine australische Biermarke für ein Lager namens "Foster's Lager" seit 1889, das in den 1980er-Jahren in den USA mit dem Slogan "Australian for Beer" zum Synonym für "australisches" Bier wurde.

**Four Seasons, The**

a) Ein Konzertzklus mit dem Originaltitel "Le quattro stagioni" (1725) des italienischen Barock-Komponisten und Musikers Antonio Vivaldi. Aufgrund der lyrischen Stimmungsbilder der vier Jahreszeiten, eines virtuosen Violinen-Einsatzes und lebendiger Orchestereffekte avancierte das Stück ab Mitte des 20. Jahrhunderts zu einem der populärsten und zeitlosesten Stücke klassischer Musik und dient seither als beliebte Hintergrundmusik in Restaurants, Geschäften und Aufzügen bzw. wird in Film und Fernsehen eingesetzt.

Siehe *Muzak* und *Vivaldi, Antonio*

---

<sup>1264</sup>

Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 455.

b) Ein auf eine kontinentale Küche spezialisiertes und von Tom Margattai und Paul Kovi geführtes New Yorker Restaurant im Seagram Building. Das Gebäude wurde 1989 von der New York City Preservation Commission als Sehenswürdigkeit zwischen Lexington & Park Avenue eingestuft: Die Innenausstattung stammt von Philip Johnson, während die Innenarchitektur auf den internationalen Nachkriegsbaustil von Ludwig Mies van der Rohe zurückgeht.  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Fox, Michael J.**

Ein kanadisch-US-amerikanischer Schauspieler (\* 1961), Produzent, Regisseur, Drehbuchautor und Komponist, der in den 1980er-Jahren mit seinen (etwa 15) Yuppie-orientierten Filmen und TV-Shows, mit vielen Gastauftritten in Fernsehshows bzw. als Moderator seinen Durchbruch in den USA hatte. Zwischen 1986 und 1989 wurde er mit dem Kassenschlager *The Secret of My Succe\$s* (1987) und mit der Hauptrolle in der Verfilmung von Jay McInerneys Yuppie-Roman *Bright Lights, Big City* (1988) sowie mit *Back to the Future Part II* (1989) berühmt. 1991 wurde bei Fox die Parkinson-Krankheit festgestellt.

Siehe *Secret of My Succe\$s*, *The* und *YUPPIE*

### **Fratelli Rossetti**

Ein italienisches Schuhhaus, das elegante Modeschuhe mit Komfort und Tragbarkeit kombiniert. Fratelli Rossetti begann in den 1950er-Jahren als Produktionsfirma für Sportschuhe und entwarf einen neuen Schlupfhalbschuh-Typ (Loafer), einen in den 1980er-Jahren beliebten Freizeitschuh mit Absatz.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Friday the 13th: Part 7**

Die 1988 erschienene 7. Folge der US-amerikanischen "exploitiven" Horrorfilm-Serie *Freitag, der 13.* (Beginn: 1980) trägt den Untertitel "Jason im Blutrausch" (original: *the new blood*) und gilt als die brutalste. Die Folge findet am Crystal Lake-See im Bundesstaat Illinois statt, wo die Jugendliche Tina Shepard mit ihren übersinnlichen Kräften Kontakt zu ihrem im See ertrunkenen Vater, für dessen Tod sie sich die Schuld gibt, aufnehmen möchte, aber irrtümlicherweise den Massenmörder Jason, der angekettet am Seegrund liegt, zum Leben erweckt.

Siehe *SEX and VIOLENCE in den 1980ern*

### **Frozfruit**

Eine US-Marke für ein hochwertiges Eis am Stiel aus gefrorenem Fruchtsaft und Fruchtstückchen der gleichnamigen Firma seit 1979.

### **Frusen Glädjé**

Eine US-amerikanische Speiseeis-Marke für Yuppies. Vom Eishersteller Richard Smith 1980 kreiert, sollten der ausländisch klingende Name und ein hochstilisiertes Design europäische Topqualität und Gourmetgenuss versprechen. 1985 verkaufte Smith Frusen Glädjé an das Unternehmen Kraft/General Foods.

### **Fusilli**

Eine spiralförmige Nudelform aus Italien. Die Form entwickelte sich aus der Idee, "Spaghetti" um eine Stricknadel zu wickeln und entsprach mit vielen anderen Nudelformen der besonderen Experimentierfreudigkeit der Dekade der 1980er.

### **Futon**

Ein japanisches Bett, das mit dem Yuppie-Interesse an "exotischem" und fernöstlichem Lifestyle in den 1980er-Jahren in den USA populär wurde.

Siehe *JAPAN*

### **FYI**

Eine Abkürzung für englisch "For Your Information", auf Deutsch "Zu Ihrer Information" bzw. "Zur Kenntnisnahme".

## G

### **Gabel, Sukhreet**

Eine US-amerikanische Dame der High Society, die in den 1980er-Jahren einen außergewöhnlichen Familien-Korruptionsskandal in New York provozierte und die Öffentlichkeit polarisierte. Die Kulturbeauftragte der Stadt New York unter Bürgermeister Ed Koch und *Miss America* von 1945, Bess Myerson, wurde 1988 beschuldigt, die Tochter der früheren Bundesanwältin Hortense Gabel, Sukhreet Gabel, als Privatassistentin auf die öffentliche Gehaltsliste gesetzt zu haben. Sukhreet Gabel, die als sehr exzentrisch und depressiv galt, hatte Probleme gehabt, einen Job zu finden. Diese Anstellung – so die Anklage – sei aufgrund eines privaten Deals erfolgt: Bess Myerson, die ein Verhältnis mit “Andy” Capasso, einem bekannten Unternehmer für Kanalisationsarbeiten hatte und der von der damaligen RichterIn Hortense Gabel geschieden wurde, sollte mit Gabel vereinbart haben, durch diese Anstellung die Unterhaltszahlungen ihres Liebhabers an dessen frühere Frau Nancy, Vizepräsidentin des Capasso-Unternehmens, und sein Kind fast ganz auszusetzen. Was die damalige Öffentlichkeit jedoch schockierte, war das exzentrische Verhalten der 39-jährigen Sukhreet bei der Gerichtsverhandlung und ihre Aussage gegen ihre 75-jährige Mutter Hortense. Nach einer 15-wöchigen Verhandlung wurde Bess Myerson von der Anklage der Bestechung und Verschwörung freigesprochen. Myerson, Andy Capasso und Hortense Gabel zogen sich aus der Öffentlichkeit zurück. Sukhreet Gabel wurde ein beliebter Talkshow-Gast mit weiteren Auftritten in der Öffentlichkeit. In Folge wurde das Familiendrama auch in einem Roman *When She Was Bad* (1991) popularisiert. In einem Schlagabtausch mit Evelyn, die sich eine Hochzeit im Stil der “Simpson-Hochzeit” wünscht, spielt Bateman ganz nebenbei auf besagte Sukhreet Gabel an:

“But I was at Jayne Simpson’s wedding, Evelyn, love of my life,” I say. “I was seated next to Sukhreet Gabel. Believe me, I was *there*.”

“You’re impossible,” she whines. “You’re a party pooper.”

“Or maybe I didn’t,” I wonder aloud. “Maybe I . . . was it covered by MTV?” (AP 125)

Siehe *Simpson, Jayne*

### **Gacy, John Wayne**

Ein US-amerikanischer Serienmörder (\* 1942, † 1994) aus Chicago (IL), der für die Vergewaltigung und den Mord an 33 Männern zwischen 1972–78 zum Tode durch eine Injektionsspritze verurteilt wurde. Gacy hatte fast alle seine Opfer unter seinem Haus verscharrt. Sein Markenzeichen war ein Clown-Kostüm mit einer Clown-Maske. Bis zu seinem Tod bezeichnete er seine Homosexualität als Bisexualität. In *American Psycho* spielt Ellis mit einem fiktiven Video auf Gacy an, der sich als Clown Pogo ausgab: *Bloodhungry*, “its ad line reads ‘some clowns make you laugh, but Bobo will make you die and he’ll eat your body’” (AP 249). Gacys Verurteilung provozierte ein großes Medien- und Publikumsinteresse.

Siehe *SERIENMORD in den 1980ern*

### **Garfield**

Eine US-amerikanische Comic-Figur, die 1978 erstmals als Zeitungsstrip erschien: Der faule Gourmetkater des Cartoonisten Jim Davis hatte in der ersten von vielen Show-Specials zur Hauptsendezeit 1982 auf CBS als *Garfield and Friends* (Columbia Broadcasting System) Premiere. 1988 wurde die zunächst halbstündige Cartoon-Show auf Samstagmorgen verlegt, wo neben den Abenteuern des Katers mit seinem Herrchen auch “U.S. Acres”-Cartoons von Jim Davis gezeigt wurden. 1989 wurde die Sendezeit auf eine Stunde verlängert.

### **Garrick Anderson**

Ein US-amerikanischer Herrenmaßschneider, der in den 1980er-Jahren elegante Qualitätsmode im englischen Stil für den amerikanischen Mann und auch Konfektionsmode für Nobelkaufhäuser wie Saks kreierte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Gatorade**

Eine US-amerikanische Marke für einen isotonischen Energydrink bzw. ein isotonisches Sportgetränk, das in verschiedenen Geschmacksrichtungen erhältlich ist und 1965 von der University of Florida speziell für ihr Football-Team Gator zur Vermeidung von Dehydration entwickelt wurde. Mit der “Fitness-Welle” in den 1980er-Jahren fand das Sportgetränk für Spitzensporttreibende auch Einlass in die Fitness-Studios.

### **Gay and Lesbian Parade**

Eine jährlich stattfindende Homosexuellenparade in Gedenken an die Unruhen von Stonewall 1969 in New York City, wo die Polizei das "Stonewall Inn", eine Schwulen-Bar in Greenwich Village, stürmte und Homosexuelle festnahm; daraufhin begann ein Aufstand von Hunderten von Homo- und Transsexuellen, die die Polizei einige Tage in Schach hielten. Mit der darauffolgenden Gründung einer Homosexuellenbewegung, der Gay Liberation Front in New York City, markierte "Stonewall" einen Wendepunkt in der Geschichte der modernen Homosexuellenrechte in den USA, aber auch weltweit. Seither ziehen am letzten Sonntag im Juni Hunderttausende vom Columbus Circle über die Fifth Avenue nach Greenwich Village.

Siehe *AIDS und Homophobie* und *Silkience*

### **Gazpacho**

Eine kalt servierte, meist scharf gewürzte Suppe auf Gemüsebasis aus Spanien.

### **Gein, Ed**

Ein US-amerikanischer Serienmörder, Grab- und Leichenschänder der 1950er-Jahre (\* 1906, † 1984) und Vorlage für Alfred Hitchcocks Kultklassiker *Psycho* sowie für viele weitere Figuren in Filmen und Büchern wie *American Psycho*.

Siehe *Psycho* und *SERIENMORD in den 1980ern*

### **Gekko**

Eine Filmfigur namens Gordon Gekko, gespielt von Michael Douglas, im Spielfilm *Wall Street* (1987; Regie: Oliver Stone) über Yuppies im New Yorker Manhattan der 1980er-Jahre. Bud Fox ist ein Börsenmakler an der Wall Street, der in kurzer Zeit viel (finanziellen) Erfolg und Status haben möchte. Zunächst noch rechtschaffen lernt Fox den rücksichtslosen Gordon Gekko kennen, dessen Maxime 'greed is good' er nach und nach verinnerlicht und in die Welt der "wahren" Machtstrukturen und oberflächlichen Werte eintaucht. Gekko wurde in den 1980er-Jahren zu einem Schlagwort in Yuppie-Kreisen, teils in Ehrfurcht, teils als Warnung verwendet.

Siehe *YUPPIE*

### **Genesis**

Eine britische Popband. Genesis ist ein gutes Beispiel für die Veränderung des Kulturklimas in den 1980er-Jahren und den dabei erfolgten Imagewechsel von einer ausdrucksstarken, experimentellen Musikgruppe zu einer inhaltsleeren und konsumentenfreundlichen Band. In *American Psycho* gibt es ein ganzes, gleichnamiges Kapitel über die Entwicklung der Musikband aus der Sicht des Konsumenten Patrick Bateman (AP 133–36). So verkörperte in den 1970ern Genesis mit ihrem Sänger Peter Gabriel einen sehr typischen Kunstroock, auch *progressive rock* genannt. Ihre Musik war weniger an ein Teenagerpublikum als vielmehr an Musikschafter und -insider sowie Musikstudierende gerichtet. Mit Lichteffekten, Theaterelementen und ausgefallenen Kostümen sowie Musiksymphonien und satirischen Liedern begeisterte Genesis mit purem Kunstroock. Mit Peter Gabriels Verlassen der Band Ende der 1970er-Jahre wurde der Schlagzeuger Phil Collins auch zum Sänger der Gruppe und die Band änderte ihren Musikstil und ihr Image radikal, was auch das erste Album *Duke* (WEA/Atlantik: 1980) belegt: Die ehemaligen "Hippies" waren zu konservativen und wohlhabenden Wall Street-Musikern geworden, mit sauberen und schlankeren Produktionsmethoden und kürzeren wie radiofreundlicheren Songs. Im Musikkapitel über "Genesis" begrüßt Bateman diesen Imagewechsel, den die Band mit dem Abgang von Peter Gabriel und der späteren, vorgezeichneten Solokarriere von Phil Collins machte und beschreibt Genesis nun als "more modern, the drum machine became more prevalent and the lyrics started getting less mystical and more specific (maybe because of Peter Gabriel's departure), and complex, ambiguous studies of loss became, instead, smashing first-rate pop songs that I gratefully embraced." (AP 133) Mit dieser Aussage karikiert Bateman sich selbst als unkritischer Musikkonsument der in den 1980er-Jahren so populären, etwas schalen "poppy and lighthearted" (AP 134) Songs. Mitglieder der Band ab 1980 sind (vergleiche AP 133) Tony Banks: Guitar (12 String), Keyboards, Vocals, Vocals (Background); Phil Collins: Drum Machine, Drums, Percussion, Vocals; David Hentschel: Vocals, Vocals (Background) und Mike Rutherford: Bass, Guitar, Vocals (Background). Neben den konsumentenfreundlichen Liedern produzierte Genesis mit "Illegal Alien" (1983) einen Song, der den rassistischen Konservatismus der Band über *ihre* Interpretation von Humor sichtbar machte und die Attitüde der Dekade, sich über ethnische Minderheiten oder Mittellose lustig zu machen, belegte. Batemans Kommentar hierzu:

"Illegal Alien" is the most explicitly political song the group has yet recorded and their funniest: the subject is supposed to be sad—a wetback trying to get across the border into the United States—but the details are highly comical: the bottle of tequila the Mexican holds, the new pair of shoes he's wearing



(probably stolen); and it all seems totally accurate. Phil sings it in a brash, whiny pseudo-Mexican voice that makes it even funnier, and the rhyme of “fun” with “illegal alien” is inspired. (AP 135)

Als ein seit den 1920-Jahren bekannter, abwertender Begriff bezeichnete “wetback” ursprünglich mexikanische Immigrantinnen und Immigranten, die illegal über den Rio Grande von Mexiko nach Texas “einwanderten” (den Fluss durchschwammen bzw. durchwateten und dabei nass wurden); heute bezieht sich der Ausdruck allgemein auf in den USA illegal lebenden Menschen, insbesondere hispanischer Herkunft.

Siehe Teil III über *American Psycho* und *MUSIK in den 1980ern*

### **GENTRIFICATION (LUXUSSANIERUNG): Die Werkhalle wird zum Loft in den 1980er-Jahren**

Ein “Prozess, bei dem in einem Wohngebiet eine statusniedrige Bevölkerung durch eine statushöhere Bevölkerung ausgetauscht wird.”<sup>1265</sup> Als Phänomen der 1980er-Jahre hängt die Gentrifizierung mit dem Auftreten der “Yuppies” und dem Umbruch Amerikas in eine Dienstleistungsgesellschaft zusammen. Der Stadtteil SoHo (South of Houston Street) gilt als Musterbeispiel für die Gentrifizierung oder Luxussanierung in den 1980er-Jahren in New York. Ehemals Gegend der Kleinfabrikanten, die um die Jahrhundertwende die “Cast Iron Buildings”, Gebäude, deren Struktur aus Gusseisen besteht, errichten ließen, finden sich heute die großen Lagerhallen zu Luxus sanierten Lofts – zumeist hinter schmucken Fassaden – renoviert wieder. Ende der 1970er-Jahre hatten diese hohen Hallen in SoHo, die zu niedrigen Mietpreisen angeboten wurden, Kunstschaffende in das heruntergekommene Viertel gelockt. Es entstand eine unkonventionelle, kreative Szene, in der Untergrundkunst, Theater und Musik vereint waren. Immer mehr Menschen drängten daraufhin nach SoHo. Die Mieten schnellten in die Höhe, die Preise im Viertel stiegen und die ErstmieterInnen wurden mit hohen Ablösen hinausgedrängt und von Yuppies ersetzt. Damit wandelte sich der vormalige “Geheimtipp” zur Vorzeigeadresse für die Kulturschickeria. Dasselbe sollte sich wenige Jahre später in TriBeCa, dem East Village und in Hell’s Kitchen wiederholen. In *American Psycho* spielt Ellis immer wieder indirekt, aber auch einmal direkt auf das Phänomen der Gentrifizierung an: Als McDermott eine afroamerikanische, um Almosen bittende Bettlerin mit einem sechsjährigen Kind und alleinerziehende Mutter mit einer Ein-Dollarnote hänselt und, anstatt ihr das Geld zu geben, die Dollarnote vor ihren Augen verbrennt, lautet Batemans sarkastischer Kommentar hierzu: “How ... gentrifying of you, McDermott’, I say.” (AP 210) Zusammen mit der von Bateman geschilderten Armut auf den Straßen von New York belegt auch die Beschreibung von SoHo in *American Psycho* das von Ronald Reagan angeregte und von Donald Trump exerzierte Phänomen der Luxussanierung in den amerikanischen Innenstädten in den 1980ern: Durch diese Methode der Luxussanierung waren vor allem ethnische Minderheiten aus ihren Wohnräumen vertrieben und amerikanische Downtowns – ehemals Zuhause sozial Schwacher und Obdachloser – zu den neuen Finanzzentren im Dienstleistungsbereich (vornehmlich im Finanz- und Versicherungswesen sowie im Immobilienbereich) umfunktioniert worden. Das führte nicht nur zu einer städtebaulichen Umgestaltung der Großstädte, sondern auch zu einer damit verbundenen Wertsteigerung der Stadtfläche. Seit Mitte der 1980er-Jahre wurden die Downtowns und, wegen der erfolgten Einschnitte in den Sozialbudgets der Großstädte, weitere, sehr günstige, von “mittellosen” Menschen bewohnte Stadtteile in den Großstädten Amerikas langsam, aber konstant mit Privatgeld saniert und die Ursprungsbevölkerung vielfach mit Hilfe der öffentlichen Ordnungsmacht hinausgedrängt. Und wie zuvor und später auch in anderen Großstädten Amerikas fand in New York mit den Tomkins Square Riots 1988 ein historischer Aufstand gegen die Gentrifizierungsmaßnahmen des Bürgermeisters Ed Koch statt. Dieser hatte am 6. August ein Ausgangsverbot verhängt, um mit der New Yorker Polizei den Tomkins Square oder auch “Red Square” Park als Teil der Lower East Side in Alphabet City von den unzähligen Obdachlosen in provisorischen Kartonhütten, Arbeitslosen, Punks, Drogenabhängigen und Menschen aller Hautfarben zu “entsorgen”. Was folgte war ein zweitägiger, letztendlich erfolgloser Aufstand von Protestierenden, der auf mehrere Stadtbereiche übergriff und von Medienschlagzeilen begleitet wurde: Graffiti mit Parolen wie “Yuppie Scum”, “Yuppie Go Home” und “Mug a Yuppie” erinnern auch in *American Psycho* an diesen modernen “Klassenkampf”. Die Gentrifizierung stellt somit ein – von der Wirtschaftspolitik legitimates – (Gewalt)-Mittel gegen Obdachlose, aber auch gegen ethnische Minderheiten und minderbemittelte Menschen dar und zeigt – spezifisch für New York – das Zusammenspiel von öffentlicher Politik (Ed Koch) und privatem Geld (Donald Trump). Neben den konkreten Anspielungen Batemans auf sein Vorbild, den Initiator der Gentrifizierung, Donald Trump, und auf die mit *Les Misérables*-Eintrittskarten übersäten Straßen von New York zeigt ein Zusammentreffen des Yuppies Bateman mit minderbemittelten Bevölkerungsschichten New Yorks,

<sup>1265</sup> Jürgen Friedrichs und Robert Kecskes, Hg. *Gentrification: Theorie und Forschungsergebnisse*. Opladen: Leske + Budrich, 1996. 95. Siehe weiter Jürgen Friedrichs Definitionsvorschlag und weitere Auseinandersetzung zu diesem soziologischen Thema 14 ff. Vgl. auch Wersich, 309–11.

zumeist Schwarzen in *American Psycho*, dass ihm – als Yuppie – aber durchaus auch (soziale) Grenzen gesetzt sind: Batemans Besuch einer Diskothek in Alphabet City, wo er sich in das “schwarze” Herz New Yorks begibt, illustriert dies situationskomisch: Umgeben von politisch aggressiver Rapmusik und nicht von einlullenden Muzak-Klängen trifft Bateman dort auf ganz normale Menschen, zumeist Schwarze. Dass Bateman eine durchaus sichtbare (soziale) Grenze übertreten hat, wird ihm von zwei jungen Frauen, die er in seinem typischen Marktwert-Ton anmacht, klargemacht: “Go back to Wall Street ... Fucking yuppie” (AP 199). Um sich Eintritt in diese Welt zu verschaffen, benutzt Bateman die Klischees der weißen Oberschicht über das Verhalten von Schwarzen, die ihm zumeist medial vermittelt wurden: Er spricht einen Schwarzen mit Dreadlocks plakativ als “Rasta Man” an und versucht die Gesten und Sprachcodes eines Rappers zu reproduzieren, wobei er sich nur lächerlich macht. Seine Oberflächlichkeit und sein Wertegerüst werden Bateman nie den sozialen Zugang zu Alphabet City verschaffen, wohl aber sein Geld und seine Macht als Konsument, was die Gentrifizierung in den Großstädten seit den 1980er-Jahren zugunsten der Finanzzentren belegt. Und immer wieder taucht Trumps “Tower” als Symbol für die neue Macht des privaten Geldes in New York auf. In “Killing Child at Zoo” verdichtet Ellis diese Aussage mit Batemans gentrifizierender New York-Perspektive. Auf der Suche nach Opfern streunt Bateman durch den Park und bemerkt:

Unable to maintain a credible public persona, I find myself roaming the zoo in Central Park, restlessly. Drug dealers hang out along the perimeter by the gates and the smell of horse shit from passing carriages drifts over them into the zoo, and the tips of skyscrapers, apartment buildings on Fifth Avenue, the Trump Plaza, the AT&T building surround the park which surrounds the zoo and heightens its unnaturalness. A black custodian mopping the floor in the men’s room asks me to flush the urinal after I use it. “Do it yourself, nigger,” I tell him and when he makes a move toward me, the flash of a knifeblade causes him to back off. All the information booths seem closed. A blind man chews, feeds, on a pretzel. Two drunks, faggots, console each other on a bench. Nearby a mother breast-feeds her baby, which awakens something awful in me. (AP 297)

Batemans Beschreibung des Zoos, seiner BesucherInnen und des Personals demonstriert klar die Übermacht der Reaganschen Ziehkinder und ihre Sichtweise auf Menschen aus “anderen” sozialen Schichten: Es ist nur mehr die künstliche (Sicht begrenzende) Skyline der Finanzmächte, die Bateman in der natürlichen Umgebung eines Zoos Orientierung bietet und Sicherheit gibt. Batemans nächstes Opfer ist ein Kind; es ist ein weiterer, grausamer und sinnloser Mord an dem schwächsten Glied einer Gesellschaft und ihrer Hoffnung auf eine “bessere” Welt. In diesem Kontext sieht der Kritiker Julian Murphet einen interessanten Zusammenhang mit der Gentrifizierung: Batemans “unsichtbare” Arbeit besteht in der Verwandlung von realen Waren, Dienstleistungen und Unternehmen zu bezifferbaren Einheiten, die an der Börse gekauft und verkauft werden. Nach Murphet beschreibt dies “a symbolic murder of the real by the abstract in the interest of profit”, einen symbolischen Mord des Realen durch das Abstrakte im Interesse des Profits.<sup>1266</sup> Bateman ist nicht nur ein realer Serienmörder, sondern nach dieser Beurteilung als Yuppie auch als Mörder im politischen Kontext zu sehen. Die Immobilienmaklerin Mrs. Wolfe wiederum macht, so Murphet, entleerten Raum “wieder” konsumierbar, indem sie ihm mit Gegenständen einen menschlichen Touch gibt und ihn damit in einen bewohnbaren Ort verwandelt; den Raum im wahrsten Sinne des Wortes und stellvertretend für das Downtown “gentrifiziert”:

She redeems the ‘murdered real’ by *humanizing* it: all the roses, the cleanliness, the construction of habitability. [...] Gentrification (or, real estate) is really nothing other than the extension of consumerism to urban space itself. What happens to Paul Owen’s apartment is what happens to the whole of downtown. The entire city, after having been ‘murdered’ by finance capital, will gradually change into a gigantic Bloomingdale’s, where such commodities as ‘Thai food’, ‘Black music’ and ‘bohemian chic’ can finally be consumed as safely as a Tiffany watch, without the threat of real difference and politics.” (Murphet, 63–64)

Siehe *SoHo* und *KUNST in den 1980ern*

### **Geoffrey Beene**

Ein US-amerikanischer Stardesigner (\* 1927, † 2004), der für seine zeitlose, weich fallende Mode mit losem strukturiertem Design und sein gutes Preis-Qualitätsverhältnis für eine modebewusste Kundschaft bekannt wurde. Geoffrey Beene-Hemden gehören zu den amerikaweit meistverkauften Hemden.

Siehe *Grey Flannel* und *MODE in den 1980ern*

### **George Marciano**

Ein US-amerikanischer Modedesigner namens George Marciano (\* 1947) und Erfinder der Marke “Guess?” in Beverly Hills, Los Angeles zusammen mit seinen Brüdern 1981. Marciano gilt als “Revolutionär” in der Vermarktung seiner Mode, vor allem in der seiner *stonewashed* Denim-Jeans als

<sup>1266</sup> Murphet, 63.

Designerjeans und Imagerträger für einen "sexy" Lebensstil. Er hat mit seinen Fotos und Kampagnen die Ära der Supermodels eingeleitet. Ellis verweist mit folgendem Zitat auf die omnipräsente und vielfach ausgezeichnete in Schwarz-Weiß gehaltene Markenkampagne mit dem roten Dreieckslogo "Guess?" von George Marciano 1985: "Elizabeth is a twenty-year-old hardbody who sometimes models in George Marciano ads and who comes from an old Virginia banking family." (AP 283) Nach den ersten Designerjeans für Frauen 1981, wurde 1983 die erste Männerjeans-Linie und 1984 eine erste Babybekleidungsline eingeführt.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Georges Gaspar**

Eine exklusive französische Marke für skurrile bis gediegen männliche Luxus-Schirme in der Preisklasse von 150–170 US-Dollar, hergestellt in einer Pariser Schirmwerkstätte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Georgette Klinger**

Ein US-Marke für Hautpflegeprodukte und Wellnessbehandlungen in den gleichnamigen New Yorker Schönheitssalons.

### **Georgia twang**

Ein in den USA gebräuchlicher Ausdruck für einen zumeist Südstaaten-Akzent wie beispielsweise den aus Georgia, der von einer nasalen Stimmresonanz geprägt ist. "Twang" geht auf den Klang einer harten vibrierenden Gitarrenseite zurück und bezeichnet heute eine Technik in der Stimmbildung, die genreübergreifend zur Variation der stimmlichen Klangfarbe genutzt wird.

### **Gerard E. Yosca**

Ein US-amerikanischer (Haar-)Schmuckdesigner seit Mitte der 1980er-Jahre, der mit seinen romantisch verspielten Kreationen aus verschiedensten Materialien in Nobel-Kaufhäusern wie Saks, Bloomingdale und Neiman Marcus US-weit zu finden ist.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **German Shepherd**

Eine deutsche Hunderasse mit einem ausgeprägten Gehör- und Geruchssinn, die vom Wesen her als ausgeglichen, selbstsicher und "treu" gilt. Als ehemaliger Schäferhund wird er auch als Schutz-, Fährten- und Rettungshund eingesetzt.

Siehe *HUNDE in den 1980ern*

### **Gertz, Jami**

Eine US-amerikanische Schauspielerin (\* 1965), die in den 1980er-Jahren mit (etwa 16) Filmen und Gastauftritten ihren Durchbruch hatte. Allein zwischen 1986 und 1989 wirkte sie in acht Yuppie-orientierten Filmen mit und verkörperte die sogenannte Brat Pack-Generation mit. Bret Easton Ellis spielt in *American Psycho* (AP 262) auf den neuen Gertz-Film, die Verfilmung seines Erstlingsromans *Less Than Zero* (1987, Regie: Marek Kanievski) mit Gertz in der Hauptrolle der Blair an.

Siehe *YUPPIE*

### **Ghost**

Ein 1990 erschienenes US-amerikanisches Fantasy-Drama und ein Publikumserfolg von Jerry Zucker mit Patrick Swayze (Sam Wheat) und Demi Moore (Molly Jensen) in den Hauptrollen. Nachdem der Banker Sam ermordet wird, bleibt er als Geist zurück, um seine Freundin Molly mithilfe einer Hellseherin (Whoopi Goldberg) vor einer Gefahr zu bewahren, wobei er die Machenschaften seines Ex-Kollegen Carl Bruner (Tony Goldwyn), der sich unerwarteterweise als Geldwäscher für einen Drogenboss in der Bank und Auftraggeber seines Mordes herausstellt, aufdeckt. Whoopi Goldberg wurde für ihre Darstellung im Film mehrfach ausgezeichnet.

### **Gian Marco Venturi**

Ein italienischer Modeschöpfer (\* 1955), der 1979 seine eigene Modemarke GMV zunächst für Lederwaren und Accessoires kreierte, diese dann in den 1980er-Jahren sukzessive auf sportliche Herren- und Damenmode, Unterwäsche und Parfüms ausweitete. 1989-90 erregte seine Herbst-/Winterkollektion für Frauen mit ihrem sexy-suggestiven Auftritt in Hosen aus Schlangenhaut großes Aufsehen.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Gianfranco Ferré**

Ein italienischer Modeschöpfer (\* 1944, † 2007), dessen Mode formale Einfachheit im Design, Minimalismus und im Detail auch Opulenz ausdrückt. Als "Architekt der Mode" schrieb er mit dem visuellen Gebrauch des Nackten, mit Nylon und transparenten Stoffen, 1988 Modegeschichte. Siehe *Studio 000.1 by Ferré* und *MODE in den 1980ern*

### **Gieves & Hawkes**

Ein alteingesessenes britisches Maßschneiderhaus an der Londoner Savile Row Nr. 1, das individuelle Herrenkleidung entwirft und nach Maß anfertigt sowie Accessoires für den Gentleman anbietet. Internationale Berühmtheit erlangte das Traditionshaus für seinen "königlichen" Service, seine erlesenen Stoffe und die gebotene Einkaufserfahrung. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Gillespie, Dizzy**

Einer der größten US-amerikanischen Bebop-Jazztrompeter aller Zeiten (\* 1917, † 1993) und Mitbegründer des Afro-Cuban oder Latin Jazz. Als Jazz-Innovator und Improvisateur des Bebops in den 1940er- und 1950er-Jahren war er seiner Zeit voraus, teilte sein Wissen und die Grundlagen des Jazz jedoch mit anderen Musikerinnen und Musikern. Als Frontmann verschiedener Bands verstand er es, dem Publikum die gespielte Musik mit Einfühlungsvermögen und komödiantischem Talent zu vermitteln. John Birks Gillespie, ein Autodidakt mit dem Kosenamen "Dizzy", spielte nach verschiedenen Bandaufenthalten in Cab Calloway's Orchestra, traf auf den Saxofonisten Charlie Parker und arbeitete 1941–43 mit verschiedenen Jazz-Größen wie beispielsweise mit Ella Fitzgerald, Coleman Hawkins, Fess Williams und auch mit Duke Ellington zusammen; arrangierte für Benny Carter, Jimmy Dorsey und Woody Herman. Aber erst mit der Big Band von Earl Hines and His Orchestra und Charlie Parker 1942 begann die Ära des Bebops mit Dizzy Gillespie mittendrin; erst einige Jahre später wurden Parkers und sein neuer Stil – Bebop – mit seinen schnellen und erfindungsreichen Solostimmen und extremen rhythmischen Variationen, die "wild" klangen aber in sich logisch waren, verstanden. Gillespies eigenes Orchester wurde in den folgenden vier Jahren zur Spielwiese unterschiedlichster kreativer Einflüsse und Techniken mit Dizzy und seinem besonderen Look mit Mütze, Gamsbart und den "Bop"-Brillen. Zwischen 1948 und 1949 versuchte jede frühere Swing-Band Bebop zu spielen und Plattenfirmen daraus kommerzielles Kapital zu schlagen, was jedoch – ob des unbezähmbaren subversiven Elements des Bebops – nicht gelang. Ökonomische Schwierigkeiten zwangen Gillespie, sein Orchester aufzulösen. Parker blieb Gillespie bis zu seinem Tod 1955 ein wichtiger Partner. Dann bildete Gillespie eine Big Band für eine Welttournee, die sehr erfolgreich war. Eigene kleine Bands und zahlreiche Projekte folgten bis zu seinem Tod 1993, wobei er aber nicht mehr an die Zeit mit Charlie Parker anzuknüpfen vermochte. Dizzy Gillespie gilt wegen seiner Agilität und musikalischen Genialität bis heute als ein Vorbild für JazzmusikerInnen.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Ginger Ale**

Eine kohlenensäurehaltige Limonade mit Ingwergeschmack, ein klassischer Zusatz in einem Longdrink. Schweppes und Canada Dry sind bekannte Marken für ein Ginger Ale, dessen Ursprünge auf die USA und Kanada Mitte des 19. Jahrhunderts zurückgehen.

### **Giorgio Sant'Angelo**

Ein in Italien geborener und in Argentinien aufgewachsener Designer (\* 1933, † 1989), der in den 1960ern in die USA emigriert war und nach den ersten Entwürfen von Stoffen und Schmuck seine eigene Mode entwarf, die ethnische Einflüsse hatte und an Hippie- und Straßenmode erinnerte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Gitano Jeans**

Eine günstige US-amerikanische Jeansmarke, die in den 1980er-Jahren bei K-Mart erhältlich war und durch ihre optimale Passform nicht nur ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis, sondern auch eine Alternative zu Designerjeans bot.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Gitman Brothers**

Ein 1978 in Pennsylvania, USA, gegründetes Unternehmen für Männerhemden von hoher Güte, das für die Verwendung von Qualitätsbaumwolle aus den USA berühmt ist.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Givenchy**

Eine Modemarke des französischen Modeschöpfers Hubert de Givenchy (\* 1927, † 2018), dessen Mode durch die Verbindung von formaler Einfachheit und Zierlichkeit mit Detailgenauigkeit in Material und Schnitt, von den Accessoires zur Kleidung für Eleganz und Klassik, Perfektionismus und für einen exzentrischen Überraschungseffekt steht und mit Audrey Hepburn seine beste Verkörperung fand.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Givenchy Gentlemen**

Ein Herrenduft von Givenchy, der 1974 kreiert wurde und dem Träger durch Ingredienzen wie Bergamotte, Zitrone, Rose, begleitet von Honignoten, Bernstein und Vanille ein Image von orientalischem Luxus vermittelt.

Siehe *Givenchy*

### **Gizmo**

Ein Kobold aus der US-amerikanischen Horror-Filmkomödie *Gremlins (Kleine Monster)*, 1984 von Joe Dante mit Zach Galligan und Phoebe Cates. Ein Junge bekommt von seinem Vater ein Reisegeschenk aus New York. Es ist ein kleines, putziges Pelztier, ein *mogwai* (auf Deutsch "böser Geist") aus einem Souvenirladen in Chinatown mit der Warnung, unbedingt drei Regeln zu beachten: Das Tier nicht hellem Licht auszusetzen, mit Wasser zu besprenkeln und vor allem aber, nicht nach Mitternacht zu füttern. Das Pelztier erhält den Namen Gizmo. Der Junge bricht die drei Regeln und der Schrecken beginnt: Gizmo wird mit dem Wasser größer und beginnt sich mit dem Futter in eine Vielzahl von grünen Horror-Monstern zu verwandeln. *Gremlins* erhielt viele Auszeichnungen; 1990 sollte daher eine Zweitaufgabe mit *Gremlins 2: The New Batch* folgen. "Gizmo" ist heute ein sehr gängiger Hundename.

### **Glasnost**

Ein russischer Ausdruck, der als Teil des sowjetischen Reformprogramms von Michail Gorbatschow seit 1986 für "Öffnung" (gen Westen und für wirtschaftliche wie politische Freiheiten) steht.

Siehe *Gorbachev, Mikhail*

### **Glenfiddich**

Eine Marke für einen erstklassigen, schottischen Single-Malt-Whisk(e)y von William Grant&Sons aus Speyside.

### **GNP**

Eine Abkürzung für englisch "Gross National Product", das Bruttoinlandsprodukt.

### **Go-Go's, The**

Eine der beliebtesten US-amerikanischen Frauenbands der Punk-/New-Wave-Ära Ende der 1970er-Jahre/Anfang der 1980er-Jahre und die erste, die ohne männliche Produzenten und Manager Erfolg hatte. 1978 von der Sängerin Belinda Carlisle und vier weiteren Frauen in Kalifornien gegründet, führte eine England-Tour als Vorband für Madness 1980 zu einer Plattenaufnahme, die daraufhin als Importware zum Underground-Hit in den USA wurde. The Go-Go's Debütalbum *Beauty and the Beat* 1981 brachte weitere Hitsingles und wurde selbst zum Hit mit Songs in einem energetischen Punkrock New Wave Pop. *Vacation*, ein Jahr später, brachte Gold; *Talkshow*, das ambitionierteste Musikprojekt der vier Punks, konnte 1984 jedoch nicht mehr an diesen Erfolg anschließen. 1985 löste sich die Gruppe auf und Belinda Carlisle begann ihre höchst erfolgreiche Solokarriere im breiten Mainstream-Pop. 1994 formierte sich die Gruppe neu.

Siehe *Carlisle, Belinda*

### **Godiva**

Eine Marke für handgemachte Schokolade aus Belgien, die seit 1967 in US-Besitz ist. Anfang der 1970er-Jahre folgte die Eröffnung der ersten Godiva-Boutique an der Fifth Avenue in New York und wurde mit der edlen Verpackung zum Inbegriff für Exklusivität und Extravaganz.

### **Goldman Sachs**

Eine der führenden, international tätigen US-Investitionsfirmen im Bank- und Versicherungsbereich, die dienstleistende und andere Unternehmen, Regierungen, Institutionen und Einzelpersonen berät. 1896 gegründet, gehört Goldman Sachs zu den ältesten und größten Banken mit Sitz in New York City und Niederlassungen in ganz Amerika, Europa und Asien. In den 1970er-Jahren werden die ersten Bereiche mit Schwerpunkt "Fusionen und Übernahmen" und "Immobilien" gegründet und Goldman

Sachs wird von einem großen US-Skandal heimgesucht. In den 1980er-Jahren litten viele Banken unter der LDC (Less-Developed-Country-)Krise und dem Zusammenbruch des Immobiliensektors. Aus diesem Grund versuchten die Banken entweder in einem außerhalb der USA deregulierten Finanzmarkt Fuß zu fassen oder international weiter zu expandieren, und zwar nicht über eigene Filialen, sondern über die Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen (z. B. Banken) vor Ort.

Siehe *Teil I zum Hyperkonsumismus*

### **Gorbachev, Mikhail**

Ein sowjetischer Politiker (KPdSU). Michail Sergejewitsch Gorbatschow (\* 1931, † 2022) spielte mit seiner Versöhnungs- und Aufbruchspolitik unter dem Motto "Glasnost" (auf Deutsch "Offenheit") und "Perestroika" (auf Deutsch "Freiheit") ab Mitte der 1980er-Jahre die wichtigste Rolle im Umbruch Europas. Geboren in Priwolnoje, im Nordkaukasus, arbeitete Gorbatschow zunächst als einfacher Arbeiter. Nach dem Studium der Agrarwissenschaften und seinem Beitritt zur Kommunistischen Partei der Sowjetunion (KPdSU) 1952 war er von 1966–68 Parteisekretär der Stadt Stawropol, dann wurde er Mitglied des Obersten Sowjets der UdSSR und 1971 Mitglied des Zentralkomitees. 1980 wurde Gorbatschow als Sekretär des Zentralkomitees und jüngstes Vollmitglied des Politbüros mit dem Amt für Landwirtschaft betraut. Nach dem Tod des nur kurz amtierenden Generalsekretärs Konstantin Ustinowitsch Tschernenko wurde Gorbatschow auf Vorschlag des Vorsitzenden des Präsidiums des Obersten Sowjets Andrei Andrejewitsch Gromyko 1985 zum neuen Generalsekretär der KPdSU gewählt. Innenpolitisch setzte sich Gorbatschow für Reformen ein mit dem Ziel, das kommunistische Staatssystem zu demokratisieren. Auch in der russischen Außenpolitik vermochte Gorbatschow Schritte in Richtung Entspannungspolitik mit den USA zu setzen, die bei Reagans Amtsantritt 1981 noch undenkbar gewesen waren: So warb er zusammen mit Präsident Ronald Reagan für die "doppelte Null-Lösung", was zum bilateralen INF-Vertrag zur Abschaffung aller nuklearen Mittelstreckenraketen 1987 und seiner Ratifizierung ein Jahr später führen sollte. Die Bedeutung von Gorbatschows Macht sollte sich zunächst in seiner Wahl zum neuen Vorsitzenden des Obersten Sowjets widerspiegeln. Höhepunkt seiner Karriere war jedoch seine Wahl zum Staatspräsidenten in geheimer Abstimmung. Für seinen Einsatz für das Ende des Kalten Krieges erhielt Gorbatschow noch im selben Jahr den Friedensnobelpreis. Als sich die kommunistischen Länder in Europa erhoben, griff Gorbatschow ganz entgegen der früheren politischen Haltung des Kremls nicht ein; auch gab er sein Einverständnis zur deutschen Wiedervereinigung beim Mauerfall in Berlin. In Russland selbst wiederum sah die Lage anders aus: Bereits 1990 begann die Einheit der KPdSU zu bröckeln; führende Köpfe, unter anderem Boris Jelzin, traten aus der Partei aus. Als sich auch Litauen von der Sowjetunion lösen wollte, wandte sich die Partei von Gorbatschow ab und griff militärisch ein. Doch der Untergang der Sowjetunion war nicht mehr aufzuhalten. Weil es durch den grundsätzlichen wirtschaftlichen und sozialen Umbruch vielen Menschen zunächst schlechter ging, setzte sich das Volk 1991 massiv für den Politiker Boris Jelzin ein. Doch damit Jelzin an die Macht kam, musste Gorbatschow gestürzt werden, und zwar durch einen Putsch: Während seines Urlaubs wurde Gorbatschow in seinem Ferienhaus von der Umwelt isoliert und seine Telefonleitungen gekappt. Gorbatschow wurde vor die Wahl gestellt, den Ausnahmezustand auszurufen oder seine Absetzung zu akzeptieren, was er jedoch ablehnte, worauf es zu einem Staatsstreich kam. Mittlerweile war das Umbruchsdenken in der russischen Bevölkerung jedoch nicht mehr aufzuhalten und die KPdSU musste Gorbatschow aus seiner Isolation entlassen. Nachdem Gorbatschow als neuerlicher Präsidentschaftskandidat scheiterte, trat er Ende 1991 ab. Das politische Desinteresse vieler Amerikanerinnen und Amerikaner am Umbruch in Europa sowie an den verbesserten Beziehungen zwischen USA und UdSSR durch den Weltpolitiker Gorbatschow karikiert Ellis mit einer Szene in *American Psycho* am Stereotyp "Blondine":

"Where did Greg go?" Libby asks, noticing McDermott's absence.

"Well, Gorbachev is downstairs," I tell her. "McDermott, *Greg*, is going to sign a peace treaty with him, between the United States and Russia. I pause, trying to gauge her reaction, before adding, "McDermott's the one behind glasnost, you know."

"Well . . . yeah," she says, her voice impossibly toneless, nodding. "But he told me he was in mergers and . . . aquasessions." [...] I turn back to Libby. "You're not confused, are you?" "No," she says, shrugging. "Not really."

"Gorbachev's not downstairs," Caron says suddenly.

"Are you lying?" Daisy asks, smiling.

I'm thinking: Oh boy. "Yes. Caron's right. Gorbachev's not downstairs. He's at Tunnel." (AP 202)

Siehe *Teil I zum Hyperkonsumismus*

### **Gorham**

Ein exklusives US-amerikanisches Silberwarenunternehmen seit 1831, dessen Design und Handarbeit die damalige Herstellung revolutioniert hat. Die Produktpalette umfasst heute Tafelgeschirr aus Edelmetall, Kristall und Porzellan. 1905 kaufte die Gorham Company das führende amerikanische Konkurrenzunternehmen, die Silberwarenmanufaktur Durgin Company des verstorbenen gleichnamigen Gründers William B. Durgin auf und wird selbst 1989 von der Dansk International Design, Ltd. aufgekauft.

Siehe *Durgin*

### **Gotham Bar & Grill, The**

Seit der Eröffnung 1984 ist das New Yorker Restaurant zwischen East und Greenwich Village für die amerikanische Nouvelle Cuisine seines Spitzenkochs und Absolventen des Culinary Institute of America Alfred Portale bekannt. Zeitgleich zum Opening wurde die ehemalige Fabrikhalle mit griechischen Säulen und einer Empore, welche Bar und Restaurant trennen, auch mit dem Preis für Hotel- und Restaurantdesign ausgezeichnet.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Gourmet**

Ein US-amerikanisches Hochglanzmagazin mit Rezepten.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **GQ**

Abkürzung für *Gentlemen's Quarterly*. Ein monatlich erscheinendes und weltweit vertriebenes US-amerikanisches Männermagazin, das sich in einer Rubrik im Heft mit den "Elements of Style" beschäftigt und die Männerwelt, die etwas auf sich "hält", darüber aufklärt, "Was man(n) haben muss" (Titelschlagzeile *GQ*, 07/2001: 108-50). Nach eigener Aussage informiert *GQ* Männer in jeder Ausgabe über Themen wie "Mode, Sport, Szene, Kultur, Business, Technik, Design, Reisen, Restaurants, Personality, Wellness und Erotik".

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **Gramercy Park**

Ein kleiner Park, der einzige Privatpark New Yorks, inmitten von Manhattan, der von klassizistischen Backsteinhäusern umgeben ist und ein Stück "altes" New York darstellt.

### **Grammy Awards**

Eine seit 1958 jährlich von der National Academy of Recording Arts and Sciences (NARAS) in Los Angeles vergebene Auszeichnung in 80 Kategorien, wo die Mitglieder der NARAS aus der Musikbranche die Preisträgerinnen und -träger ermitteln. Der Grammy-Award ist mit den American Music Awards, den Billboard Awards und der Rock and Roll Hall of Fame Induction Ceremony eines der vier großen Musikpreis-Events in den USA, die Prestige und hohe Einschaltquoten bringen. Der Grammy gilt dabei als die höchste Qualitätsauszeichnung.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Grand Central Oyster Bar & Restaurant, The**

Ein klassisches New Yorker Meeresfisch-Restaurant seit 1913, das seit jeher bei Einheimischen wie Urlaubsgästen sehr populär ist. Es liegt auf der unteren Ebene des größten Bahnhofs der Welt, des Grand Central Terminal, unter dem Meeresspiegel und einem historischen, selbsttragenden Gewölbe aus Terracotta-Ziegeln.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Gravitron**

Ein 1987 von der US-amerikanischen Firma Tri-Tech, Inc. eingeführtes Fitnessgerät der Marke StairMaster für maschinell unterstützte Pull-Ups und Push-Ups. Unter der Marke StairMaster wurden – seit ihrer Gründung 1983 mit der Einführung des elektronischen Laufbandes – in den 1980er-Jahren kontinuierlich neue Fitnessgeräte für den Gebrauch in professionellen Fitnessstudios oder für zu Hause entwickelt und hergestellt. Vorbild für das Fitnessgerät Gravitron war ein erstmals 1983 im Freizeitpark von Morey's Piers in New Jersey ausgetestetes neues auf die Schwerkraft setzendes Fahrgeschäft – eine Art Sternenschiff-Karussell namens Gravitron.

Siehe *StairMaster* und *KÖRPERKULT in den 1980ern*

### **Gray's Papaya**

Eine preisgünstige US-amerikanische Hot-Dog-Restaurantkette mit frisch gepressten Fruchtsäften, die 7 Tage in der Woche, 24 Stunden am Tag geöffnet ist.  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Greenwich Village**

Ein Stadtteil von Manhattan, auch als Viertel mit einer lebendigen Kultur- und Restaurantszene bekannt, das durch historisch eher englisch geprägte Bauten aus Anfang des 19. Jahrhunderts besticht. Der westliche Teil, das West Village, ist als Schwulen- und Lesbenviertel bekannt.  
Siehe *West Village*

### **Grey Flannel**

Ein Herrenduft von Geoffrey Beene seit 1975, den der Modedesigner im Laufe der 1980er- und 1990er-Jahre in seiner Komposition immer wieder veränderte. Das Original verleiht seinem Träger ein *casual* Image und gründet auf Zitrone, Geranien und Zedernholz mit Muskat-, Veilchen- und Salbeinoten.  
Siehe *Geoffrey Beene*

### **Grey Poupon**

Ein französischer Senf, der mit seinem High-Class-Image in den 1980er-Jahren und dem Slogan "Would you have any Grey Poupon?" das einfache Volk ansprach.

### **Grinch, The**

Eine missgünstige böse Figur aus einem der beliebten, pädagogisch sehr erfolgreichen Kinderbücher von Dr. Seuss alias Theodor Seuss Geisel (\* 1904, † 1991), einem berühmten US-amerikanischen Schriftsteller und Cartoonisten. *The Grinch Who Stole Christmas!* (1957) gilt als eines der besten Bücher im Stil des Dr. Seuss: Die Illustrationen tragen ausschließlich schwarze, rote und rosarote Tinte mit einem typischen metrischen Versmaß; die Geschichte selbst, auf Dr. Seuss Wertesystem gründend, ist eine Art Kampfansage an den (zunehmenden) Materialismus: *The Grinch* mit seinem bösen Herzen neidet den Bewohnerinnen und Bewohnern von Whoville ihr Weihnachtsfest und versucht dieses zu zerstören, indem er die Weihnachtsgeschenke und -dekoration stiehlt. Doch er wird eines Besseren belehrt.

### **Gristede's**

Eine New Yorker Gemischtwarengeschäftskette von John Catsimatidis seit 1968.  
Siehe *SHOPPING*

### **Grolsch**

Eine historische Biermarke aus den Niederlanden.

### **Groton School**

Ein unabhängiges, nicht gewinnorientiertes US-amerikanisches Privatschulwesen in Groton, Massachusetts, das 1884 vom Geistlichen Endicott Peabody weniger zur intellektuellen Vorbereitung auf das College gegründet wurde, sondern die Jugendlichen vor allem auf "the active work of life" und ein selbstbestimmtes Leben vorbereiten soll.<sup>1267</sup>

### **Groucho Club**

Eine 1984 eröffnete, berühmte New Yorker Bar für Medienleute. Der Name geht auf den US-Komiker und Filmstar Groucho, einem der vier Marx-Brothers, zurück, die in den 1920er- und 1930er-Jahren eine deutsch-jüdische Kabarett-Tradition nach Hollywood brachten. Jeder der Brüder mit den Spitznamen Chico, Zeppo, Groucho und Harpo hatte seine eigene, persönliche Charakteristik. Groucho war der älteste; er repräsentierte mit Schnurrbart, Mittelscheitel, Brille, langer Zigarre und schlechtsitzendem Anzug die gute Gesellschaft. Mit seinen beleidigenden Sprüchen und Wort- wie Satzverdrehungen karikierte er gleichermaßen seinen eigenen Charakter.

### **Guacamole**

Eine Sauce oder Tunke auf Avocado-Basis aus Mexiko mit klein gehackten Zwiebeln, Tomaten, Knoblauch, Zitrone, Salz und Pfeffer.

---

<sup>1267</sup>

Groton School | Boarding School in Groton, Massachusetts, [www.groton.org](http://www.groton.org).



## **Gucci**

Eine italienische Modemarke für Luxus-Lederwaren aus einem bestimmten Segeltuch-Material, die mit dem erkennbaren Logo GG (nach dem Begründer Guccio Gucci im Jahr 1921) gekennzeichnet sind und für Accessoires, Bekleidung und Kosmetika zeichnet. Das ehemalige italienische Lederwarenimperium in Familienbesitz wurde 1989 von der englisch-arabischen Finanzierungsgesellschaft Investcorp übernommen.

Siehe *MODE in den 1980ern*

## **Gund**

Eine US-amerikanische Kinderspielzeug- und Geschenkartikelmarke nach dem Plüschtier-Hersteller Adolph Gund seit 1898.

## **Guns N' Roses**

Eine US-amerikanische Hardrock-Gruppe seit ihrer Gründung 1985 in Los Angeles, Kalifornien, die in einer Zeit gleichförmiger *Dance-* und *easygoing*-Popmusik mit einer Mischung aus Rock und Heavy Metal den steigenden Drogenmissbrauch, romantische Liebe und die Dekadenz der 1980er besang. Als "böse" Jungs traten sie auch frauenfeindlich und gewalttätig auf oder gaben sich lustig, verletzlich-sensibel, wie ihr Durchbruchshit "Sweet Child O' Mine" zeigt. 1986 brachten Guns N' Roses ihre erste EP heraus, die zum Vertrag mit der Produktionsfirma Geffen und zum Debütalbum *Appetite for Destruction* führte, aber erst zum Hit wurde, als MTV daraus "Sweet Child O' Mine" spielte und die Rockgruppe zu Superstars machte, unterstützt von zahlreichen Liveshows und Videos: Ihre Anfangssingle "Welcome to the Jungle" wurde neu herausgebracht und eroberte gleich wie "Paradise City" die Top-Charts. Ende der 1980er-Jahre brachten sie die EP *G N' R Lies* heraus, welche vier neue, akustische Songs enthielt und mit "One in a Million" eine enorme Kontroverse um den Sänger Axl Rose entfacht hat, der im Song den Bogen von Frauenfeindlichkeit und religiöser Intoleranz hin zu purer Gewalt spannt. Guns N' Roses bestand aus den Gitarristen Slash und Izzy Stradlin, dem Sänger Axl Rose und seinen Geschichten von Sex, Drogen und Großstadt-Apathie sowie dem Bassisten Duff McKagan und dem Drummer Steven Adler, der später aufgrund seiner Drogenprobleme aus der Gruppe geworfen wurde. Diese Musiker gaben Guns N' Roses' Musik ihre Ausdruckskraft: Die Musik galt als rudimentär und mutig, mit einer Blues-Unterlage, "dreckig" und "ehrlich" in einem; alles, was eine gute Hardrock- wie Heavy Metal-Band brauchte. Die 1990er-Jahre brachten nicht nur den "Alternative Rock" und zunehmende Konkurrenz durch Nirvana beispielsweise, sondern vor allem Spannungen in der Gruppe. Diese führten daraufhin zum Bruch der legendären Band mit Axl Rose.

Siehe *Rose, Axl; MUSIK in den 1980ern* und *TALKSHOW in den 1980ern*

## **Gutfreund, John**

Ein langjähriger Vorstandsvorsitzender (\* 1953, † 2016) des New Yorker Maklerunternehmens Salomon Brothers, der aufgrund eines internen Skandals 1991 seinen Rücktritt erklärte und damit Verantwortung für die von ihm selbst zur Aufdeckung gebrachte Betrugsgeschichte übernahm. Gutfreund war für seine harte, aber faire Art der Verhandlungen gemäß seiner Börsenregel "Ein Spiel, eine Million Dollar, keine Tränen!" bekannt.

Siehe *Salomon Brothers*

# **H**

## **H. R. Pufnstuf**

Eine US-amerikanische, sehr erfolgreiche Kinderfernsehserie (1969–72) auf NBC, die auf der fiktiven Insel Living Island spielt, von den Brüdern Sid und Marty Krofft produziert wurde und verschiedene Wiederholungen wie Adaptionen hatte. Hauptcharaktere sind der Junge Jimmie und seine Puppenfreunde wie H. R. Pufnstuf, der Bürgermeister. Wie in Folgeproduktionen fand hier ein erstmaliger Mix aus echten Schauspielerinnen und Schauspielern und im Nachhinein synchronisierten animierten Puppen statt.

Siehe *Lidsville* und *Sigmund and the Sea Monsters*

## **H. Stern Jewellers**

Eine brasilianische Juweliersgeschäfts-kette, die größte weltweit in Familienbesitz. Begründer war der deutsche Emigrant Hans Stern, der von den bunten (Edel-)Steinen Brasiliens fasziniert war. Er stieg vom Lieferanten zum Juwelier von handgefertigtem Qualitätsschmuck und Uhren aus Gold, Diamanten, (Edel-)Steinen und Perlen mit bestem Service auf. Die exklusiven Materialien und das Design, das sich von Alltags- bis Avantgardekreationen erstreckt, werden heute in Rio de Janeiro entworfen, hergestellt und weltweit vertrieben.

Siehe *MODE in den 1980ern*

## **H2O**

Eine Bar für Homosexuelle und Singles im East Village. Bateman bezeichnet das H<sub>2</sub>O als “the new *Clive Powell* restaurant in Chelsea” (*AP* 142).

Siehe *Powell, Clive* und *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

## **Häagen-Dazs**

Eine Speiseeis-Marke des russischen Immigranten Ruben Mattus, der damit den Speiseeis-Markt Mitte der 1970er-Jahre revolutionierte. Amerikanisches Eis war bis dahin nur in wenigen Geschmacksrichtungen und zumeist mit künstlichen Zusatzstoffen und Konservierungsmitteln erhältlich gewesen. Häagen-Dazs versprach mit seinem Namen nicht nur europäische Exklusivität, sondern auch ein Eis, das mit einem hohen natürlichen Butterfettgehalt sowie vielen ausgefallenen Geschmacksrichtungen, exotischen Präsentationen und Übergüssen insbesondere die Genusssucht der BabyboomerInnen befriedigen sollte. Die Sorte Macadamia Brittle von Häagen Dazs ist eine Vanille-Eiskreme mit (exotischen) Macadamia-Nüssen und Toffee.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

## **Habitrail**

Eine US-Marke für ein Röhren-Stecksystem für Kleintierkäfige.

## **Hackett of London**

Ein Einzelhandelsgeschäft in London, GB, das exklusive englische Maßbekleidung für den anspruchsvollen Herrn bietet und neben formeller, bequemer und sportlicher Mode auch Mode im Landhausstil mit den dazugehörigen Accessoires führt.

Siehe *MODE in den 1980ern*

## **Haiku**

Ein 17-silbiges japanisches Kurzgedicht, das vor 600–700 Jahren entstanden ist und als eine der weltweit ältesten poetischen Ausdrucksformen gilt. Erst mit der Öffnung Japans dem Westen gegenüber 1868 gelangte diese Kurzgedichtform in den englischsprachigen Raum und erlangte über die literarische Bewegung des Imagismus, später durch die Beat-Poeten mit ihrer Faszination für die ZEN-Kultur Sichtbar- und Eigenständigkeit in der englischsprachigen Lyrik und wurde weiter durch die Hippies und ihr starkes Interesse an der fernöstlichen Kultur in den 1960er-Jahren in Nordamerika breiter bekannt. Es erschienen erste Haiku-Gedichte in Zeitschriften und als Sammelwerk. In den 1970er- und 1980er-Jahren begannen sich eigene Magazine dem englischsprachigen modernen Haiku zu widmen, gleich wie sich Haiku-Vereinigungen gründeten und einzelne prominente Dichter wie beispielsweise Robert Hass das Haiku zum perfekten Ausdruck der nordamerikanischen Seele deklarierten. Ende der 1980er-Jahre war der Hype so groß, dass Haiku-Gedichte vielfach in US-Zeitschriften abgedruckt wurden. Erst in den 1990er-Jahren wird das Haiku durch die North American Haiku Society nach Europa gebracht. Im Haiku dominiert das Bild (Image) über den Gedanken, suggeriert, auf das Wesentliche gekürzt und minimalistisch, als solches eine Bedeutung und sinniert wie polarisiert im Jetzt über die Natur oder einzelne Aspekte. Bret Easton Ellis nutzt die Gedichtform des Haiku, um über die Popularität und den Hype dieses Kurzgedichtes und dessen prägnante Bildsprache einen zeitgemäßen Kommentar über die 1980er-Jahre zu liefern und Batemans Psychopathentum in den Kontext einer zunehmend desensibilisierten Gesellschaft zu setzen. So hat Bateman seiner Ex-Freundin Bethany ein Gedicht, genauer gesagt ein vermeintliches “Haiku” geschrieben und will beim gemeinsamen Mittagessen, dass sie dieses laut vorliest, was sie dann – Makabres ahnend (da es sie an ihr Zusammensein mit Patrick Bateman zu Universitätszeiten erinnert) – auch zögerlich tut:

“Oh, I almost forgot,” I say, reaching into my pocket. “I wrote you a poem.” I hand her the slip of paper.

[...]

“Oh Patrick.” She smiles “How sweet.” [...] She looks over it quizzically, puzzles, squinting, then she turns the page over to see if there’s anything on the back. Something in her understands it’s short and she looks back at the words written, scrawled in red, on the front of the page.

“It’s like haiku, you know?” I say. “Read it. Go on.”  
 She clears her throat and hesitantly begins reading, slowly, stopping often. “The poor nigger on the wall. Look at him.” She pauses and squints again on the paper, then hesitantly resumes. “Look at the poor nigger. Look at the poor nigger...on...the...wall.” She stops again, faltering, looks at me, confused, then back at the paper.  
 “Go on,” I say, looking around for a waiter. “Finish it.”  
 She clears her throat and staring steadily at the paper tries to read the rest of it in a voice below a whisper. “Fuck him...Fuck the nigger on the wall...” She falters again, then reads the last sentence, sighing. “Black man...is...de...dehil?”  
 The couple at the next table have slowly turned to gaze over at us. The man looks aghast, the woman has an equally horrified expression on her face. I stare her down, glaring, until she looks back at her fucking salad.  
 “Well, Patrick,” Bethany says, clearing her throat, trying to smile, handing the paper back to me. [...] “I can see that” –she stops, thinking– “that your sense of ... social injustice is [...] still intact.” I take the paper back from her and slip it in my pocket and smile, still trying to keep a straight face holding my body upright so she won’t suspect me of cringing. (AP 233–34)

### **Halcion**

Ein verschreibungspflichtiges US-amerikanisches Beruhigungsmittel mit dem Wirkstoff Triazolam. Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Hall, Jerry**

Ein US-amerikanisches Fotomodell und Schauspielerin (\* 1956). In den 1980er-Jahren stellte Hall mit dem Sänger der Rockgruppe The Rolling Stones, Mick Jagger, das verrückteste Traumpaar der High Society dar und heiratete Jagger nach ihrer 13-jährigen Beziehung und 2 Kindern 1990 in einer Hindu-Zeremonie auf Bali. Siehe *Jagger, Mick*

### **Hall, Robert**

Ein US-amerikanischer Schauspieler und ehemaliger Musiker Robert David Hall (\* 1947), der nach einem schweren Autounfall im Jahr 1978 und der Amputation beider Beine seither auf Prothesen spielt. Hall hatte seinen Durchbruch 1983 mit dem Film *Deal of the Century* (auf Deutsch *Das Bombengeschäft*), dem seither weitere Auftritte in Film und Fernsehen folgten; seit 2002 ist er einer der Hauptdarsteller der Fernsehserie “CSI: Vegas” und setzt sich für Schauspieler mit Behinderung ein. In *American Psycho* weckt ein gewisser Robert Hall als Mitbesitzer des in Yuppie-Kreisen heißbegehrten In-Restaurants “Dorsia” und als späterer Freund von Batemans Jugendliebe Bethany den Neid Batemans und führt zu ihrem Mord.

### **Halloween Parade, New York Village**

Ein jährlich stattfindender Karnevalumzug in New York am 31. Oktober ab 18 Uhr, am Vorabend von Allerheiligen, der als besonders schrille und originelle Straßenparade gilt: 1973 von einem Masken- und Puppenmacher als kleiner, persönlicher Umzug durch Greenwich gestaltet, entwickelte sich New Yorks “Village Halloween Parade” im Laufe der 1980er-Jahre zur weltweit größten Veranstaltung dieser Art. Halloween ist aus dem keltischen Samhain-Fest entstanden und wurde in den 1980er-Jahren in veränderter Form wieder nach Europa exportiert.

### **Halogen lamp**

Ein Kunstlicht, welches aus einer elektrischen Glühlampe mit Quarz- oder Hartglaskolben stammt und bei dessen Füllgas etwas Halogen, das ist die Gruppe der Elemente *Fluor, Chlor, Brom, Jod, Astat* zugesetzt ist. Dadurch findet ein Wolfram (= Glühfaden)-Halogen-Kreisprozess statt, wodurch der Glühfaden laufend regeneriert wird. Der Leuchtkörper wird heißer und bewirkt eine höhere Leuchtdichte als bis dahin erhältliche Lampen. Halogenlampen wurden in den 1960er-Jahren erfunden und um 1980 mit der Energiesparlampe ergänzt.

### **Hamilton**

Ein exklusives schottisches Juwelierhaus namens Hamilton & Inches, das feine Goldschmiedearbeiten, Uhren, schottisches Silber, antiken Schmuck sowie Schmuck, Uhren und Geschenke von Tiffany & Co. verkauft.

### **Hamilton, George**

Ein US-amerikanischer Schauspieler (\* 1939), der zur regelrechten Verkörperung eines (künstlich geschaffenen) Images in den 1980ern wurde. Wegen seiner Sonnenbräune, strahlend weißen Zähne und seines tadellosen Aussehens entsprach er perfekt dem Klischee des amerikanischen Sunny-Boys: 1985–

86 spielte George Hamilton in "Dynasty" (ABC-Produktion: 1981–89) mit, wobei die Soap-Opera als Fernsehserie ihren Höhepunkt eine Spielsaison (1984/85) zuvor gehabt hatte. George Hamilton war als Schauspieler in fast 100 Rollen in Filmen und TV-Serien zu sehen, in denen er wegen seines "schönen" Aussehens zumeist die Rolle des Herzensbrechers spielte.

### **Hamilton, Nancy and Charles**

Mit dem Ehepaar "Charles and Nancy Hamilton and their two-year old daughter, Glenn" (AP 221) verweist Ellis auf das amerikanische Ehepaar William und Nancy Hamilton und den INSLAW-Fall; es war einer der vielen Gerichtsfälle in den USA der 1980er-Jahre, die im weitesten Sinne das Ergebnis von Rücksichtslosigkeit und (sozialer) Indifferenz waren. Der INSLAW-Fall sollte jedoch nach 13 Jahren Untersuchung und als Streitfall zwischen US-Justizministerium und Privatpersonen als historischer Fall in die Kriminalgeschichte der USA eingehen oder – wie ihn William Hamilton auf einer Rede zum 30. Jahrestag der Computer Law Association 2001 in Washington, D.C. bezeichnete – als "The Largest Global Software Theft In History".<sup>1268</sup> In den 1970er-Jahren hatte das Institute for Law and Social Research mit der späteren Kurzbezeichnung INSLAW mit Sitz in Washington, D.C. ein Informationssystem für eine Strafverfolgungsbehörde namens LEAA (Law Enforcement Assistance Administration) entwickelt; das Softwareprogramm hieß PROMIS (Prosecutors Management Information System). Das Besondere an dem Programm war, dass es aus allen bisher auf unterschiedlichen Plattformen und Programmen entwickelten Datenbanken eine *einzig*e Datenbank herstellen konnte. Damit konnten Justizfälle komplexer als bisher verfolgt werden, was dazu führte, dass PROMIS nicht nur ab 1980 von mehreren Staatsanwälten verwendet wurde, sondern auch das Interesse vieler Institutionen weckte. Bis dahin war die nicht kommerzielle Einrichtung INSLAW fast ausschließlich durch staatliche Zuschüsse und Verträge finanziert worden; nach der Schließung des LEAA durch Präsident Carter beschloss das Besitzerpaar Nancy und William Hamilton eine neue, durch private Mittel finanzierte Version von PROMIS zu entwickeln und mit dieser auf den Markt zu gehen: Mit Enhanced PROMIS konnten lokale und internationale Datenbanken auch mit den FBI- und CIA-Datenbanken verglichen werden. PROMIS schien das adäquate Mittel für eine effizientere Arbeit bei der Verfolgung internationaler Terrorismuskreise zu sein; auch Weltbank und Währungsfond waren interessiert. 1982 schlossen Nancy und William Hamilton einen Drei-Jahres-Vertrag mit dem US-Justizministerium ab, der vorsah, ihre Software in 94 Staatsanwaltschaftsbüros zu installieren. Ein Auftrag, der dem Ehepaar Millionen einbringen würde. Der Vertrag von 1982 sah weiters vor, dass alle Rechte für jegliche Erweiterung bzw. Adaption ausschließlich bei INSLAW lagen. Dieser Punkt der Abmachung sollte 1985 bei einer plötzlichen Betrachtung des Vertrages vonseiten des US-Justizministeriums als "ungültig" dementiert werden; zugleich wurde eine letzte große Zahlungsrate zurückgehalten. In der Zwischenzeit jedoch hatte die Computersoftwarefirma ob der Vertragserfüllung große finanzielle Verpflichtungen auf sich genommen, die das Unternehmen nun von einem Moment auf den anderen in den Bankrott treiben würden. Das Besitzerpaar Hamilton klagte und beschuldigte Bedienstete des US-Ministeriums, widerrechtlich Kopien des Softwareprogramms gestohlen und ihre Firma anschließend wissentlich in Konkurs getrieben zu haben, damit INSLAW keine rechtlichen Ansprüche mehr stellen konnte. Die Bediensteten wiesen die Anschuldigungen zurück. Nach zwei unabhängigen Urteilen von Bundesrichtern bekamen die Hamiltons 1987 von einem Bankrottrichter, dessen Urteil auf Zeugenaussagen und einem internen Memorandum zum Komplott beruhte, in beiden Punkten Recht und einen Schadenersatz von 6,8 Mio. US-Dollar zugesprochen. Das Justizministerium ging in Revision: Das Bundesgericht lehnte das Urteil des Bankrottrichters Bason aus juristischen Gründen ab, eine angestrenzte Untersuchung durch den Kongress wurde zugunsten einer internen Untersuchung und dem daraus resultierenden "berückichtigten" BUA-Bericht abgelehnt. Darin waren Beweise zugunsten INSLAW ignoriert, jedoch Beweise zugunsten des Justizministeriums beachtet worden. Nach Ansicht der Hamiltons hatte die Klage nämlich eine weitaus dunklere Dimension: Der INSLAW-Betrug betraf nämlich diejenigen Bediensteten, die mit dem früheren Generalstaatsanwalt Edward Meese III und der "October Surprise" (dem Versuch, eine Freilassung der Irangeseiseln zu verzögern, um eine Wiederwahl Jimmy Carters zu verhindern) in Zusammenhang standen. Der Reporter Danny Casolaro, der diesen Anschuldigungen und weiteren Verschwörungen auf der Spur war und diese wegen der Verstrickungen mit einem "Octopus", einem riesigen Kraken, verglichen hatte, starb nach dem Tod eines Informanten 1991 auf mysteriöse und ungeklärte Art und Weise. Sein durch aufgeschnittene Pulsadern eingetretener Tod wurde von seiner Verwandtschaft – auch nach zwei gerichtlichen Untersuchungen – nie als Selbstmord akzeptiert. Der INSLAW-Fall ist bis heute trotz

<sup>1268</sup> Vgl. die Recherche und Zusammenfassung des INSLAW-Falles durch die Online-Journalistin Christiane Schulzki-Haddouti, "Der Überwachungs-Coup der CIA: PROMIS und der Fall INSLAW" in *Telepolis* 17 April 2002, <http://www.sime.com/dschjan/PROMIS.htm> (404 Not Found) als weitere Grundlage für meine Ausführungen.

mehrerer Gerichtsverhandlungen und Kongressanhörungen nicht geklärt und wurde auch nie breit in die Presse getragen. Was jedoch in den letzten 17 Jahren (Stand: 2003) durch einzelne Gerichtsaussagen und Anfragen an INSLAW – ob es das PROMIS-Programm auch in französischer Sprache gebe – selbst zu Tage getreten ist, ist die Existenz von PROMIS-Kopien und deren Verwendung von verschiedensten Geheimdiensten in mindestens 88 Ländern weltweit. Dies, obwohl sich das US-Justizministerium vertraglich verpflichtet hatte, keine Lizenzen – außerhalb ihrer Verwendung im US-Justizbereich – zu verkaufen bzw. nur in Absprache mit der Computerfirma. Zuletzt wurden auch andere, auf PROMIS basierende bzw. modifizierte PROMIS Versionen gefunden, die belegen, dass bereits seit 1983 der ehemalige Eigentümer des *Financial News Network* (FNN, jetzt CNBC) Earl W. Brian den illegalen, weltweiten PROMIS-Verkauf und -Vertrieb im Einverständnis mit dem Justizministerium, der CIA, der NSA, dem Drogendezernat und dem Sicherheitsrat des Weißen Hauses getätigt hatte. Die Gründe hierfür mögen neben seiner persönlichen Bereicherung und der seiner Kollegschaft in der Schaffung von Sonderfonds für die Finanzierung verdeckter Geheimdienstoperationen in den 1980er-Jahren (Contra-Unterstützung in Nicaragua) aber auch in einer Maßnahme liegen, ausländische Nachrichtendienste über den Verkauf von “modifizierten” PROMIS-Versionen zu infiltrieren.<sup>1269</sup>

### **Hammacher Schlemmer**

Ein 1848 gegründetes, heute ältestes Katalogunternehmen der USA mit Schwerpunkt Geschenkartikel.

### **Hampden-Sydney College**

Ein sehr renommiertes, privates US-College bzw. eine Privatuniversität, welche 1776 in Hampden-Sydney (VA) für ausschließlich Männer gegründet wurde und der Presbyterianischen Kirche nahesteht. Seine Absolventen reichen von führenden Politikern wie einem US-Präsidenten über Kirchenmänner bis zur US-amerikanischen Wirtschafts- und Gesellschaftselite.<sup>1270</sup>

### **Hamptons, The**

Ein Sammelbegriff für die am östlichen Ende der knapp 200 km langen Insel Long Island (NY) Region mit den beiden Städten Southampton, der ältesten Siedlung New Yorks, und East Hampton mit ihren Dörfern wie Ortschaften, die fester Bestandteil der US-amerikanischen Sommerfrische an der Ostküste sind. Nur zwei Autostunden von Manhattan entfernt ist Long Island vor der Küste New Jerseys, Connecticut und Rhode Islands ein Ort mit der seit 150 Jahren weltweit größten Dichte an VIPs und Geldadel. The Hamptons liegen kurz hinter der Stadt Riverhead, wo sich die “lange” Insel (Long Island) in die North und South Fork gabelt, auf der südlichen Halbinsel.

### **Hanukkah**

Ein acht Tage dauerndes jüdisches Lichterfest, Chanukkah, um an die Reinigung und Wiedereinweihung des zweiten jüdischen Tempels in Jerusalem 3598 (jüdisches Jahr) zu erinnern. Zu dieser Festzeit wird ein acht- bis neunarmiger Leuchter angezündet und werden verschiedene Bräuche gewahrt, wie das Essen von in Öl gebackenen Speisen und Milchprodukten und das Dreidel-Spiel.

Siehe *Menorah* und *Dreidel*

### **Harding, Jeff**

Ein US-amerikanischer Schauspieler, der ab Mitte der 1980er-Jahre vor allem mit Thrillern oder Gruselschockern (*Scream For Help*, *Blood Tracks*, *Murder Story*) bekannt wurde und in jener Zeit auch seinen filmischen Höhepunkt hatte.

### **“Hark The Herald Angels sing!”**

Ein englisches Weihnachtslied, seit dem 19. Jh. nach Felix Mendelssohn Bartholdy adaptiert.

### **Harlem**

Ein Stadtteil von New York City im Nordosten der Insel Manhattan, der auch als spirituelle Hauptstadt der schwarzen US-Bevölkerung gilt. Obwohl Harlem wegen seiner hohen Kleinkriminalität mit einem negativen Image behaftet ist, verkörperte es auch von seinen Anfängen an den kollektiven Widerstand gegen Rassendiskriminierung und steht seit den 1920er-Jahren mit der literarisch-politischen Bewegung der “Harlem Renaissance” für eine unbändige musikalische Kreativität von Gospel bis Hip-Hop sowie für eine intellektuelle Auseinandersetzung.

---

<sup>1269</sup> Ebda.

<sup>1270</sup> *Hampden-Sydney College Homepage*, [www.hsc.edu](http://www.hsc.edu).

### **Harrison, Ronald**

Ein Vizepräsident des US-Erfrischungsgetränke-Giganten PepsiCo in den 1980er-Jahren.

### **Harry Winston**

Eines der weltweit größten und renommiertesten US-amerikanischen Schmuckimperien in Familienbesitz des gleichnamigen Begründers (\* 1896, † 1978), einem Schmuckdesigner aus Beverly Hills, CA, der Anfang des 20. Jahrhunderts auch als "King of Diamonds" Berühmtheit erlangte. Das Haus tätigt in New York das Schleifen des Rohdiamanten bis hin zu seiner Ausarbeitung zum Schmuckendstück selbst und führt einen Groß- wie Einzelhandel in gleichnamigen Geschäften in New York, Genf, Paris, Beverly Hills und in Tokio.

### **Harry's**

Ein New Yorker Restaurant am Hanover Square seit 1972 und – als traditionelles Steakhaus des immigrierten Griechen Harry Poulakakos – auch ein beliebter Treffpunkt vorwiegend männlicher Wall Street-Kundschaft: "Many people regard this Wall Street standby's beef, seafood and pasta, plus liquid offerings, to be the best hedges against a bear market; the traders and brokers who crowd into its warm, wood-panelled cellar quarters are clearly bullish." (Zagat, *New York*, 1991) In *American Psycho* spielen drei Kapitel in "Harry's" (AP 30–39, 86–92, 394–99).

Siehe *Teil III über American Psycho* und *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Harvard Club of New York City, The**

Ein 1865 gegründeter privater Universitätsclub, kurz "The Harvard Club", in einem eigens hierfür gebauten Gebäude im Neo-Georgianischen Stil an der 27 West 44<sup>th</sup> Street in New York City in der Nähe von anderen Clubs, dessen Clubhaus in den 1980er-Jahren (bis 1973 ausschließlich männlichen) Studierenden und Alumni der Harvard University in Cambridge (MA) und deren Verwandten als Mitglieder offenstand und mit einem Netzwerk von über 100 nationalen und international angeschlossenen Clubs Freizeitaktivitäten und den Rückzug für "business or pleasure" mit verschiedenen Speise- und Übernachtungsmöglichkeiten sowie Sportaktivitäten bot.

### **Harvard University**

Eine der renommiertesten und ältesten privaten US-Universitäten, die 1636 in Cambridge (MA) gegründet wurde. Harvard war die erste Universität in den englischsprachigen Kolonien und Alma Mater von acht US-Präsidenten (darunter Franklin D. Roosevelt, John F. Kennedy, George W. Bush und Barack Obama). Sie gilt auch als reichste amerikanische Universität. Seit 1908 gibt es auch die Harvard Business School, welche zunächst als Experiment in dem neuen Berufsbildungsbereich angesehen wurde. Harvard war die erste Universität, die einen College-Abschluss als Voraussetzung für ihr Business-Programm vorsah.<sup>1271</sup>

### **Hash browns**

Eine US-amerikanische Version eines Kartoffelpuffers.

### **Hastings Pavement**

Ein seit 1885 bestehendes New Yorker Unternehmen der Nicolli Industries Company, das innovatives Asphalt-, Ziegel- und Betonmaterial, Mosaikarbeiten, Glasfliesen und Keramik für Wände und Böden sowie für Verkleidungen aus Stein-, Porzellan- und Metall produziert.

### **Hawaii**

Seit 1959 der 50. Bundesstaat der USA mit der Hauptstadt Honolulu. Der im Pazifischen Ozean gelegene Bundesstaat umfasst eine Inselkette mit acht größeren gebirgigen Hawaii-Inseln (auch Hawaiians oder Sandwich-Inlands genannt) und kleinen Koralleninseln. Die Inseln selbst stellen die Spitzen eines großen, aus dem 5.000 m tiefen Ozeanbecken aufragenden Vulkanstocks mit rund vierzig erloschenen Vulkanen dar wie beispielsweise der Mauna Kea und die beiden noch tätigen Mauna Loa sowie Kilauea (1244 m), dem größten aktiven Vulkan weltweit.

Siehe *Mauna Kea*

### **HBO**

Eine Abkürzung für englisch "Home Box Office", einen Top-US-Kabelkanal von Time Warner: Ein seit 1972 bestehender US-amerikanischer kostenpflichtiger Fernsehsender, der Hollywood-Spielfilme,

---

<sup>1271</sup> *Harvard University*, [www.harvard.edu](http://www.harvard.edu).

selbst produzierte Filme, wöchentliche Serien und Dokumentationen ausstrahlt. Wurde anfangs noch per Mikrowellen-Sendetürme ausgestrahlt, änderte sich dies 1975, als HBO als weltweit erster Fernsehsender über eine Satellitenverbindung sendete. Auch 1986 war HBO der erste Sender, der sein Programmangebot für seine Kundschaft verschlüsselte und der später in einem bezahlten Kabelnetz einen eigenen HDTV-Kanal anbot. Die Sendungen werden nicht durch Werbeeinschaltungen unterbrochen und zeichnen sich durch Qualität aus. Durch den Abonnementstatus unterliegt HBO keiner FCC-Überwachung und kann daher alle Inhalte – egal welcher Art – unzensuriert senden.  
Siehe *Cable TV*

### **HDTV**

Eine Abkürzung für englisch “High Definition Television”, hochauflösendes Fernsehen. Der Begriff ist so alt wie das Fernsehen selbst, wurde immer wieder ins Spiel gebracht, so auch Ende der 1980er-Jahre, und hat sich aus technischen Gründen und wegen der unterschiedlichen Sendestandards weltweit zunächst spärlich durchgesetzt. Das HDTV bezeichnet eine bessere Fernsehbildqualität aufgrund von verschiedenen Merkmalen: einer größeren Bildzeilenzahl und somit höheren Auflösung und einem veränderten Bild-Seitenverhältnis (16:9).  
Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **“Heaven Is a Place on Earth”**

Ein Solo-Hit über die Kraft der Liebe der US-amerikanischen Popsängerin Belinda Carlisle aus ihrem zweiten und größten Erfolgsalbum *Heaven on Earth* (1988).  
Siehe *Carlisle, Belinda*

### **Hefty**

Eine US-Marke für einen großen Müllsack.

### **Heineken**

Eine weltweit verbreitete Biermarke aus den Niederlanden, die für ein helles Lagerbier steht.

### **Hell’s Kitchen**

Ein in den 1980er-Jahren sehr armer und von Kriminalität geprägter Stadtteil in Manhattan Midtown in New York City, welcher seit einigen Jahren gentrifiziert und ob der dortigen Stadtzeitung *Chelsea Clinton News* zunehmend als “Clinton” bezeichnet wird. Es gibt verschiedene Versionen, wie es zum Begriff “Hell’s Kitchen” kam, wahrscheinlich aber lehnt sich der Begriff an den Namen einer gefährlichen Nachbarschaft in Süd-London, Großbritannien an. In einem verlassenen Gebäude im Stadtteil Hell’s Kitchen hat Bateman für seine Morde ein Loft gemietet und später auch gekauft (*AP* 214, 219). In der amerikanischen Populärkultur findet sich der Slum “Hell’s Kitchen” als beliebter Ort für Morde wieder.  
Siehe *GENTRIFICATION*

### **Helmsly, Leona**

Eine US-amerikanische Millionärin (\* 1920, † 2007) und New Yorker Hotelbesitzerin. Helmsly, auch als “Queen of Mean” bekannt, war 1989, 69-jährig, zusammen mit ihrem Mann Harry Helmsly wegen Steuerhinterziehung in 33 Fällen und Millionenbetrug zu vier Jahren Gefängnis und einer Geldstrafe von 7,1 Mio. US-Dollar verurteilt worden. Zuvor sollte sie mit ihrem Leitspruch “We don’t pay taxes. The little people pay taxes” in die amerikanische Wirtschaftsgeschichte eingehen. Die Anspielung auf Leona Helmsly in *American Psycho* illustriert, wie die bereits Reichen durch die Reagansche Wirtschaftspolitik in den 1980er-Jahren reicher wurden und dies mit einem neuen Selbstverständnis nach außen trugen.  
Siehe *Teil III über American Psycho*

### **Hemingway, Ernest**

Einer der wichtigsten US-amerikanischen Schriftsteller des 20. Jahrhunderts (\* 1899, † 1961), der über seine Erfahrungen als freiwilliger Sanitäter im Ersten Weltkrieg, als Reporter und Kriegsberichterstatter im Griechisch-Türkischen Krieg und später im Spanischen Bürgerkrieg zur Verkörperung und führenden Figur der ‘Lost Generation’ der 1920er-Jahre wurde. Seine Zeit in Paris brachte Ernest Miller Hemingway die Bekanntschaft mit Gertrude Stein, Ezra Pound und James Joyce und sein Roman *The Sun Also Rises* 1926 die Anerkennung als Weltliteratur. Hemingways Stil war revolutionär – karg und von Aussparungen geprägt, schnörkellos – seine Charaktere waren entweder emotionslos oder einfach, naturverbunden. 1954 erhält Hemingway den Nobelpreis für Literatur für *The Old Man and the Sea* (1952); ein Jahr zuvor den Pulitzerpreis. Seine Interessen – das Jagen und Fischen, das Boxen und der

Stierkampf – spiegeln sich als Leitmotive wie Gewalt und Tod in seinen Romanen wider. Hemingway litt unter Depressionen und war dem Alkohol zugeneigt. Er beging Selbstmord.  
Siehe *Farewell to Arms*, *A* und *Faulkner, William*

### **Hendricks, Ricky**

Mit der Anspielung “a box colleague” verweist Ellis auf den US-amerikanischen Geschäftsmann und äußerst erfolgreichen Autohändler und Rennstallbesitzer Joseph Riddick “Rick” Hendrick III (\* 1949), der in den späten 1980er-Jahren selbst erfolgreich Stock-Car-Rennen fuhr; diese Art des Motorsports für Serienfahrzeuge findet seit der Prohibition der 1930er-Jahre in den USA und, von dort aus verbreitet, in anderen Ländern statt.

### **Henri Bendel**

Eine US-amerikanische Marke für Handtaschen, Luxusaccessoires und Zimmerdüfte an der Fifth Avenue in New York City nach dem gleichnamigen Begründer, dem Händler Henri W. Bendel (\* 1868, † 1936). Bendels Geschäft für Damenmode seit 1895 wurde ob seines europäischen Geschmacks, seiner Einrichtung und Mode im französischen Stil sofort zu einem exklusiven Modemittelpunkt in New York; Bendel selbst wurde zum Mythos und zur wichtigen Institution für das amerikanische Frauenmodemagazin Harper's Bazaar. In den 1980er-Jahren wurde die Marke Henri Bendel mehrmals verkauft.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Herman, Stephanie**

Eine US-amerikanische Primaballerina und seit den 1980er-Jahren auch Fitnesstrainerin sowie -beraterin. Herman revolutionierte den Fitnessunterricht mit einem neuen Bewegungsstil auf der Grundlage eines “Muskelballets” und propagierte ihn als Gegenposition zu Aerobic.

Siehe *KÖRPERKULT in den 1980ern*

### **Hermès**

Eine französische Luxusmarke für Lederwaren, Taschen und Koffer, Prêt-à-porter-Mode (zuvor auch Haute Couture), Einrichtungsgegenstände, Tafelgeschirr, Schmuck, Parfüms, Pferdezubehör und Golf-Utensilien sowie Schals und Krawatten, die ihre Anfänge 1837 hatte. Seit damals hat das Design von Hermès Mode und Trends geprägt – wie beispielsweise den Gürtel, der sich am Hundehalsband inspirierte oder eine Handtasche, welche die Pferdesatteltasche zum Vorbild hatte und von Größen wie Grace Kelly getragen wurde und deshalb auch den Namen “Kelly” erhielt. 1949 antizipierte Hermès mit einem “ready-made“-System eine Art maßgeschneiderte Prêt-à-porter-Mode. Seit seinen Anfängen inspiriert sich das Modehaus an seiner ursprünglichen Berufung, für die Welt des Reitens zu kreieren – und an der Unternehmensphilosophie, Neues in der Beständigkeit von Tradition und Handwerkskunst (Credo) zu erzeugen.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Heroine**

Ein halbsynthetisches Morphin-Derivat (auf Deutsch “Heroin”) und damit ein Opiat, das eine extreme körperliche und psychische Abhängigkeit erzeugt.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Hershey's**

Eine Marke des US-amerikanischen (Süßwaren-)Unternehmens Hershey Company, das auch zu den größten Schokoladenproduzenten der Welt zählt.

### **High Noon**

Ein US-amerikanischer Westernklassiker (1952) von Regisseur Fred Zinneman, der auch einen Wendepunkt in diesem Genre – vom Alleinkämpfer mit moralischen Werten zum zwanglosen Cowboyhelden – darstellte: Von seinen Mitbürgern völlig im Stich gelassen, verteidigt ein Sheriff seine Stadt gegen eine Banditenbande. *High Noon* gilt als versteckter politischer Kommentar auf die McCarthy-Ära.

### **Hillside Strangler**

Ein von den Medien kreierter Begriff für den vermeintlichen US-amerikanischen Einzeltäter und Serienmörder zahlreicher Mädchen und junger Frauen in den Hügeln von Los Angeles zwischen 1977 und 1978, welcher die Stadt im Zeitraum von 14 Monaten in Schrecken versetzte. Der “Hillside Strangler”



waren jedoch in Wirklichkeit zwei Cousins, der selbstbewusst auftretende Angelo Buono und der gut aussehende Kenneth Bianchi, der sich vor seinen Opfern gerne als Polizist oder Wachmann ausgab. Spezialeinsätze der Polizei führten schließlich zur Überführung der beiden Serienmörder, welche die Frauen entführt, vergewaltigt und aufs Brutalste gequält und ermordet und anschließend neben Mülltonnen abgelegt hatten. Buono ist 2002 im Gefängnis an Herzversagen verstorben, Bianchi sitzt im Bundesgefängnis von Washington, D.C. seine lebenslange Haft ab.

Siehe *SERIENMORD in den 1980ern*

### “Hip to Be Square”

Ein Song (1986) der US-amerikanischen Band Huey Lewis & The News aus dem Album *Fore!*, der leicht ironisch auf das Image der Band als Yuppie-Rock 'n' Roll-Gruppe Bezug nimmt.

Siehe *Huey Lewis & the News*

### Hoffmann, Josef

Ein österreichischer Designer (\* 1871, † 1956) und Mitbegründer der Wiener Werkstätte. Stark beeinflusst von der englischen Reformbewegung des Kunstgewerbes begann Josef Hoffmann gegen den herrschenden Geschmack “einfache” Möbel zu kreieren und entwickelte seine für ihn charakteristischen Bugholzmöbel in Zusammenarbeit mit Thonet und der Firma Jakob & Josef Kohn. Hoffmanns Armlehnstuhl ist bis heute ein Designklassiker.

### Home Shopping Club

Eine US-amerikanische Fernsehsendung im – 1983 vom Immobilienmakler, Radiostationen-Besitzer und Millionär Roy Speer gegründeten – Home Shopping Network, wo Produkte präsentiert wurden und eingekauft werden konnten. Bereits 1985 wurde die lokale Fernsehshow national ausgestrahlt. Laut Wirtschaftsmagazin *Fortune* wuchsen die Erträge der Home-Shopping-Industrie von 1 Million US-Dollar 1982 auf 1,4 Milliarden US-Dollar im Jahr 1989.<sup>1272</sup> Mit diesen neuen Vertriebswegen, bei denen die Kreditkarte den Einkauf erleichterte, hatte auch beim Einkaufen über das Fernsehen eine Entfremdung vom Produkt eingesetzt. In ihrem Artikel “Why I’m a home shopper”<sup>1273</sup> setzte sich Elaine Underwood mit dem Phänomen des “Ferneckaufs” auseinander. Sie zitiert darin den HSN-Verantwortlichen Gerald Hogan mit seiner Beobachtung, dass viele “Kaufneulinge” etwa drei Monate lang das Bildschirmangebot – ohne einzukaufen – konsumieren würden, um dann ihre erste Bestellung aufzugeben: “It’s like window shopping I guess. They are trying to figure it all out.” Alles würde gekauft werden, wobei Schmuck als typisches *feel good*-Produkt vor Kleidung, Make-up usw. liegt. Die Gründe für das Teleshopping würden laut Underwood auf die vielen Sonderangebote und detaillierte Produktinformation zurückgehen: “They [the shoppers] perceive that the prices are lower, the service is prompter, the sales help is friendlier and the product information is better. And it’s good companionship.” Gekauft wird also über die Autorität einer vermittelnden bzw. moderierenden Person, die der potenziellen Kundschaft durch ihre Glaubwürdigkeit, Argumentation und Produktinformation die Kaufentscheidung erleichtert, was wiederum bequem und zeitsparend ist. Mit dem Starkult manifestierte sich auch bei den Moderatorinnen und Moderatoren ein Merkmal der 1980er-Jahre: “They aren’t sales people. They aren’t entertainers. They are something in-between [...] News announcers, night club singers and teachers in past jobs, they are followed with soap opera-like devotion.” Das Image der vermittelnden Person bzw. die visuelle Präsentation des Produktes wurden zum entscheidenden Faktor für den Kaufentscheid über das Medium Fernsehen: Diese Form des Shoppings bedingte, um am Laufenden zu bleiben, ein kontinuierliches Fern-Sehen und damit passives Konsumieren:

Turn on the set, and you might find tabloid stars like Ivana Trump, Joan Rivers or Vanna White earnestly hawking collector dolls, clothing, cookbooks and other stuff. You might find *yourself* on the air, patched onto a show. Talk-radio-style product testimonials are a regular feature of the program.<sup>1274</sup>

Die einzige intimere Unterhaltung zwischen Patrick und seiner Freundin Evelyn in *American Psycho* findet zwar in der Privatsphäre von Evelyns Schlafzimmer statt, jedoch auch hier wiederum vor dem eingeschalteten Home-Shopping-Fernsehsender – das Konsumieren ist auch in Evelyns Leben existentiell geworden und ein abgeschalteter Fernseher würde die eigene Leere verbildlichen:

[...] and when I come back to the bedroom I find Evelyn lying in bed watching the Home Shopping Club. I lie down next to her and loosen my Armani tie. Finally I ask something without looking at her.

“Why don’t you just go for Price?”

“Oh god, Patrick,” she says, her eyes shut. [...] “He’s rich,” I say, “*Everybody’s* rich,” she says, concentrating on the TV screen. “He’s good-looking,” I tell her. “*Everybody’s* good-looking, Patrick,”

<sup>1272</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 385.

<sup>1273</sup> Elaine Underwood, “Why I’m a home shopper,” *Brandweek* 19 April 1993: 23–28 für alle weiteren Zitate.

<sup>1274</sup> Ebda., 24.

she says remotely. "He has a great body," I say. "Everybody has a great body now," she says. [...] After attempting to have sex with her for around fifteen minutes, I decide not to continue trying. [...] I lie there beside her watching the Home Shopping Club—at glass dolls, embroidered throw pillows, lamps shaped like footballs, Lady Zirconia—with the sound turned off. (AP 23–24)

Das Gespräch vor dem Hintergrund vorbeiflimmernder Kaufangebote am Fernsehbildschirm ist ein einziges schematisches Frage-Antwort-Spiel, wo der Versuch einer intimen Annäherung eine platonische oder abgeflacht gewordene Beziehung von Bateman und Evelyn belegt. Die Textstelle selbst demonstriert die apathische Passivität der Charaktere, welche nicht mehr agieren, sondern nur mehr auf Konsumangebote reagieren. Evelyns und Batemans (Konsum-)Verhalten bestätigt exemplarisch eine amerikanische Umfrage Mitte der 1980er-Jahre, wonach die Mehrheit der AmerikanerInnen das Einkaufen über das Fernsehen einem Kinobesuch gleichsetzen bzw. dieses sogar vorziehen würden; 17 % der AmerikanerInnen – viermal so viele Frauen als Männer – würden das Shopping sogar dem Sex vorziehen.<sup>1275</sup> Eine weitere wissenschaftliche Studie nach Wesson ergab sogar, dass alle interviewten Frauen das "Shopping" zur "schnellen" Lösung eines Problems einsetzen würden, womit sich der Kreislauf zur ungebrochenen Popularität des Shoppings als Freizeitbeschäftigung Nummer 1 seit den 1980er-Jahren wieder schließt.<sup>1276</sup> So etablierten sich neben dem Einkaufen in der Shopping-Mall in den 1980er-Jahren neue Vertriebswege, die das Einkaufen "daheim" ermöglichten wie beispielsweise das Telemarketing und die "new-mail"-Bestelldienste und Bestellkataloge sowie der Heimcomputer, mit dem Onlinedienste in Anspruch genommen werden konnten. Und mit der Deregulierung im Fernsehwesen gab es plötzlich auch eigene Einkaufskanäle wie das Home Shopping Network (HSN) und QVC Network (mit dem Versprechen von "Quality", "Value", "Convenience"). Nach dem stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden für Marketing bei HSN Alan Gerson sei das Home-Shopping für die Unternehmen selbst eine sehr günstige Variante, um ihr Produkt bei den Konsumentinnen und Konsumenten erstmals zu testen: "The concept gives HSN viewers first dibs on new products and gives manufactures the benefit of a national test for as little as 100,000 dollar. 'We can help them figure out the pricing, the packaging, the messaging.'"<sup>1277</sup> Damit veranschaulicht der HSN-Chef sehr plakativ die seit den 1980er-Jahren etablierte Eigendynamik in der Entwicklung einer Angebots- und Nachfragespirale, wobei diese den Konsumzyklus ausschließlich in Richtung Hyperkonsumismus dreht: "Nobody gets up in the morning and says I must buy something from TV today. You have to create an impulse which says I *should* buy."<sup>1278</sup> Zwischen dem 15. Juni und 11. September 1987 gab es einen zunächst missglückten Versuch, eine Spielshow mit dem beliebten Home-Shopping zu kombinieren; im Sog der Konkurrenz der 1990er-Jahre und eines erforderlichen Neuimpulses wurde die Kombination – über Spielshows Produkte zu gewinnen – zum Erfolgskonzept der TV-Verkaufssender. Siehe *SHOPPING*

### **HOMELESSNESS: Die andere Seite des Wohlstands in den 1980er-Jahren**

Die Obdachlosigkeit als soziokulturelles und -politisches Phänomen in den 1980er-Jahren reflektiert nicht nur die tiefen Einschnitte im staatlichen Sozialbudget, sondern auch Gentrifizierungsmaßnahmen und vor allem die politische Haltung "mittellosen" Menschen gegenüber; sie belegt deren "Nullwert" in einer materialistischen Dekade. Dem Problem der "Obdachlosigkeit" stand Präsident Reagan in beiden Amtsperioden desinteressiert gegenüber. So druckte die *New York Times* im Dezember 1988 Reagans Kommentar zur Zunahme von obdachlosen Menschen auf den Straßen Amerikas mit den Worten – "[they] are homeless, you might say, by choice" – ab, dass Obdachlose ihr Schicksal selbst gewählt hätten. Ein sehr gängiges Vorurteil, das ob der verbreiteten politischen Kultur des *Reaganism* von vielen der oberen Zehntausend geteilt wurde. Folgende Schätzungen belegen zudem die zunehmende Kluft zwischen Arm und Reich in der sich neu entwickelten Dienstleistungsgesellschaft: 1986 lebten etwa 40.000 obdachlose Menschen in New York, 38.000 in Los Angeles, 25.000 in Chicago, 20.000 in St. Louis und etwa 10.000 in Boston und in Washington. 1988, zeitgleich mit Reagans Bemerkung, wurde von der Library of Congress die Anzahl der obdachlosen Menschen in Amerika auf "several hundred thousand to several million" geschätzt.<sup>1279</sup> Bateman und sein Kollegenkreis begegnen immer wieder bettelnden Menschen – es sind Frauen, Kinder und Männer – die Straßen von New York in *American Psycho* sind hiervon "übersät". In einer langen Szene mit dem Obdachlosen Al und seinem Hund Gizmo zieht Bateman sogar alle Reaganschen Register der Selbstverschuldung von Armut und holt sich dabei die politische Rechtfertigung, Al und seinen Hund schlussendlich zu verstümmeln. (AP 129–32)

<sup>1275</sup> Vgl. Carol Wesson, *Women Who Shop Too Much: Overcoming the Urge to Splurge* (New York: St. Martin's Press, 1990): 24.

<sup>1276</sup> Ebda., 11.

<sup>1277</sup> Underwood, 28.

<sup>1278</sup> Ebda.

<sup>1279</sup> Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 632, 650.

Siehe *Reaganism* unter *REAGAN, RONALD*; *GENTRIFICATION* und *Teil III über American Psycho*

### **Hope, Bob**

Ein US-amerikanischer Radio- und später sehr erfolgreicher Fernsehmoderator (\* 1903, † 2003), der erste seiner Zeit.

### **Hornsby, Bruce**

Ein US-amerikanischer Pop-Pianist und Songschreiber (\* 1954), der nach einer klassischen Musikausbildung und einigen Jahren bei 20<sup>th</sup> Century Fox von Huey Lewis produziert wurde und für diesen auch Songs schrieb. 1985 gründete Hornsby mit The Range eine eigene Band, gewann mit deren Debütalbum *The Way It Is* (1986) einen Grammy und erzielte später weitere Erfolge.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Hostile takeover**

Ein englischer Börsenbegriff für "feindliche Übernahme". Als solche wird die "Kaufabsicht einer Interessentin bzw. eines Interessenten bezeichnet, die zunächst nicht öffentlich angekündigt wird. Die interessierte Person versucht durch einen verdeckten sukzessiven Kauf von Aktien am Sekundärmarkt ein entsprechend hohes Aktienpaket aufzubauen. Ist das Aktienpaket groß genug, unterbreitet das kaufwillige Unternehmen den verbleibenden Aktionärinnen und Aktionären gegen den Willen des Managements des zu übernehmenden Unternehmens eine Abfindungsanfrage, die über dem Börsenkurs seiner Aktien liegt. Oftmals werden feindliche Übernahmen durchgeführt, wenn eine Aktiengesellschaft an der Börse unterbewertet ist und stille Reserven oder Ähnliches nach Aufdeckung zur Finanzierung der Übernahme verwendet werden können."<sup>1280</sup>

Siehe *Insider trading*

### **Hotchkiss College**

Ein exklusives US-amerikanisches Privatgymnasium in Lakeville, Connecticut, das 1891 von Maria Harrison Bissell Hotchkiss auf Empfehlung vom damaligen Yale-Präsidenten Timothy Dwight als Vorbereitung auf die Yale-Universität gegründet wurde.<sup>1281</sup>

### **Houston, Whitney**

Eine US-amerikanische Popsängerin (\* 1963, † 2012), welche für die Kreation und Vermarktung eines Stars, der dem gängigen Schönheitsideal entsprach und nicht zu "schwarz" war, zugunsten seiner Akzeptanz in der breiten, amerikanischen Bevölkerung in den 1980er-Jahren beispielgebend war. Ihr Werdegang – Ellis widmet der Sängerin ein gleichnamiges Kapitel in *American Psycho* (252–56) – belegt zugleich auch die gezielte Kommerzialisierung der Musikindustrie. Whitney Houstons Popmusik steht dabei stellvertretend für eine breiter zugängliche Blues- und Gospel Vokal-Version, worin jegliches *threateningly black*-Potenzial einer schwarzen Arbeiterklasse (hörbar in Blues, Jazz, Funk und Hip-Hop) zugunsten einer glatten und leicht konsumierbaren sowie vermeintlich emotionsgeladenen Musik für eine konservative Mittelklasse aufgegeben wurde. Für Bateman, einen Konsumenten von Whitney Houstons Musik, ist ihre Stimme schlicht und einfach "the most exciting and original black jazz voice of her generation" (AP 256). Bateman kennt den Unterschied zwischen schwarzer Musik und ihren Stilen wie beispielsweise Blues, Jazz, Funk nicht; er setzt "schwarze" Musik einfach mit Jazz gleich: Er konsumiert das, was mainstreamig verpackt und verwässert als Jazz propagiert wird (aber bei echten Jazzfans wenig ernstgenommen wird). Mit Disziplin und Hartnäckigkeit hat sich die Pop- und Soulsängerin mit der unverwechselbaren Stimme und ihrem Volumen den amerikanischen Traum erfüllt: Als vormalige Gospelsängerin trat Whitney Houston zunächst in die Fußstapfen ihrer Mutter Cissy, einer berühmten Gospelsängerin und ihrer Cousine Dionne Warwick. Nach einigen Zwischenstationen als Hintergrundsängerin für Chaka Khan sowie spätere Frontfrau auf der Single "Life's A Party" der Michael Zager-Band begann Houston für verschiedene Zeitschriften zu modeln bzw. versuchte ihr Glück als Schauspielerin in TV-Shows wie "Gimme Me A Break". 1983 wurde Houston ein weltweiter Vertrag mit Arista Records angeboten; "Hold Me", ein Duett mit Teddy Pendergrass, wurde dabei ihr erster kommerzieller Erfolg. Gefördert von Clive Davis, dem Chef von Arista und von da an Mentor und guter Freund der Sängerin, wurde ihr erstes Soloalbum, bei dem nur die "besten" Liedschreiber engagiert wurden, produziert. 1984 erschien das Soloalbum mit dem Namen der Sängerin – *Whitney Houston* – sozusagen als Programmansage. Der Erfolg begann sich langsam und begleitet von der gezielten Vermarktung einzelner Songs mit Elementen aus Disco und Soul in Form von Singles

<sup>1280</sup> Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, "Frankfurter Allgemeine Zeitung," *Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH* 2001 - 2022, boersenlexikon.faz.net.

<sup>1281</sup> *Home - Connecticut Boarding School | the Hotchkiss School*, www.hotchkiss.org.

einzustellen. 1985 dann erfolgte der weltweite Durchbruch, was auch mit der auffälligen Gestaltung des Schallplattencovers zusammenhing, auf dem sich Whitney Houston in einem durchsichtigen Rock bzw. im Designer-Badeanzug präsentierte. Patrick Bateman weiß dies zu schätzen:

With all this hype one might expect the album to be an anticlimactic satisfying rhythm and blues records of the decade and Whitney herself has a voice that defies belief. From the elegant, beautiful photo of her on the cover of the album (in a gown by Giovanna De Maura) and its fairly sexy counterpart on the back (in a bathing suit by Norma Kamali) one knows that this isn't going to be a blandly professional affair; the record is smooth but intense and Whitney's voice leaps across so many boundaries and is so versatile (though she's mainly a jazz singer) that it's hard to take in the album on a first listening. (AP 253)

Es folgte eine Reihe von Auszeichnungen: ein Grammy für "Saving All My Love For You" und ein Emmy für "Outstanding Individual Performance" in einem Unterhaltungsprogramm im US-Fernsehen. 1987 sollte Whitney Houston mit "I Wanna Dance With Somebody (Who Loves Me)" in den USA wie auch in Großbritannien zur Nummer 1 in den Charts werden. Die mittlerweile Mainstream-Musikzeitschriften *Billboard* und *Rolling Stone* feierten Whitney Houston als beste Künstlerin, die in Folge auch mit zwei American Music Awards in der Kategorie "Best Pop Female Vocal" und "Soul/R&B Female Vocal" ausgezeichnet wurde. Ironischerweise handelte es sich bei "I Wanna Dance With Somebody (Who Loves Me)" und weiteren Songs um reine Popsongs, die sie als afroamerikanische Sängerin jedoch in die Kategorie der R&B-Musik hieften. Whitney Houston wurde für Bateman – wie für viele konsumfreundige, "weiße" Menschen aus den 1980er-Jahren – zum Idol und "schwarzen" Stimmwunder (was – wie bereits erwähnt – nur mit der vorhergehenden Aufgabe jeglichen *threateningly black*-Potenzials verbunden war und zu Houstons unverbindlicher nichtsdestoweniger starken Stimme führte):

Whitney's voice is like an instrument – a flawless, warm machine that almost overpowers the sentiment of her music, but the lyrics and the melodies are too distinctive, too strong to let any singer, even one of Whitney's caliber, overshadow them. (AP 255)

Kritische Stimmen vermissten aber gerade die emotionale Teilnahme Whitney Houstons an ihren Songs, was die Sängerin mit einer brillanten Singtechnik durchaus zu überdecken wusste. Whitney Houston schrieb ihre Lieder nicht selbst, sondern sang auf ihr zugeschriebene, für den Markt produzierte Lieder. Zudem wurde Houston nicht live von einer Band begleitet, sondern von vorprogrammierten Schlagzeugen und Synthesizern (vormals Teil eines Musikexperiments). Wie sehr sich Whitney Houston in den Mainstream der Gesellschaft zu integrieren vermochte, zeigte ihr immer wieder öffentlich zur Schau gestellter US-Patriotismus: Sei es mit ihrem Olympiasong von 1988 mit dem Titel "One Moment In Time", der Whitney weltweit berühmt machte, als auch beim Super Bowl XXV in Miami, den sie mit der amerikanischen Nationalhymne, dem "The Star Spangled Banner" eröffnete. Diese Aufnahme hatte wenig später als Single großen Erfolg. Mit der US-Hymne begrüßte Houston auch die US-amerikanischen Truppen bei ihrer Rückkehr aus dem Golfkrieg. Im Jahr 1992 folgte eine unglückliche Ehe mit Bobby Brown und zeitgleich ihr erster Auftritt im Kinofilm *The Bodyguard*. Der Soundtrack war ein Riesenerfolg, danach folgten erfolgreichere und erfolglosere Versuche, den großen Publikums- und finanziellen Erfolg der 1980er-Jahre wieder zurückzuholen: Neue und jüngere, auf den jeweiligen Publikumsgeschmack maßgeschneiderte Stimmwunder wie Mariah Carey und Celine Dion wurden zu globalen Idolen und Houstons weltweiter Konkurrenz. Interpreten in den 1980ern sind unter anderem Tom Scott (Saxofon), Walter Afanasieff (Multiinstrumentalist), Vincent Henry (Saxofon) und Corrado Rustici (Gitarrensynchronisierer).

Siehe *Teil III über American Psycho* und *MUSIK in den 1980ern*

### **How to Keep a Man in Love with You Forever**

Ein 1986 von Tracy Cabot erscheinender Ratgeber in der US-amerikanischen Selbsthilfetradition, der eine klassische Geschlechteraufteilung gemäß stattfindendem Backlash propagierte und dem ersten Bestseller *How to Make a Man Fall in Love with You* (1984) folgte.

Siehe *SELBSTHILFE-BOOM*

### **How to Make a Man Fall in Love with You**

Ein erstmals 1984 von Tracy Cabot erscheinender Ratgeber in der US-amerikanischen Selbsthilfetradition, der eine klassische Geschlechteraufteilung gemäß stattfindendem Backlash propagierte. In der Pressemitteilung zum Buch wurde vor allem ein Satz aus der Buchrezension populär, der daraufhin in Frauenzeitschriften, Talkshows und Publikationen zur Selbsthilfe immer wieder tradiert wurde: "Wussten Sie schon, dass (...) vierundvierzigjährige Frauen eher einem Terroranschlag zum Opfer fallen, als einen Mann finden?" Cabot wurde in den 1980er-Jahren zur Bestsellerautorin von fünf Büchern über Beziehungen und hat ein Forschungsdiplom in Psychologie.

Siehe *SELBSTHILFE-BOOM*

### **Hubert des Forges**

Ein Geschäft für antike und zeitgenössische Lampen sowie edle Dekorationsgegenstände an der Lexington Avenue in New York City.

### **Huberts**

Ein 1981 eröffnetes Restaurant an der 102 East 22<sup>nd</sup> Street in Manhattan/NYC des Ehepaares Karen Hubert und Len Allison im klassischen französischen Stil mit frischen Produkten aus der Region, das 1985 mit den begehrten Drei-Sternen in der *New York Times* ausgezeichnet wurde. Huberts begann 1979 als kleine Bar in Brooklyn und machte mit dem Umzug nach Manhattan aus dem Ehepaar einflussreiche Stars in der Gourmetbranche; Huberts schloss 1991. In *American Psycho* wird das Restaurant als "Hubert's" zitiert.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Huey Lewis & The News**

Eine US-amerikanische Popband, die die Kommerzialisierung der Musikindustrie und Vereinnahmung des Genres "Rock" durch das Establishment in den späteren 1970er- und frühen 1980er-Jahren sowie die damit implizierte Korruption jeglichen kritischen Potenzials exemplarisch belegt. Ellis widmet der Musikband in *American Psycho* ein gleichnamiges Kapitel (AP 352–60). Huey Lewis spielte in den 1970er-Jahren Harmonika in einer von Hippies gefeierten *countryrock*-Band namens Clover. Nach einem misslungenen Intermezzo in England 1976 gründete Lewis nach seiner Rückkehr in die Staaten zusammen mit Keyboarder Sean Hopper 1979 die Rockband Huey Lewis & American Express, die später zu Huey Lewis & The News (Bateman spricht von "Huey Lewis and The News") wurde: Lewis begann als Leadsänger von zunächst bitteren und nihilistischen Liedern; Bateman gefällt diese "punkige" Anfangsphase der Band gar nicht: "[...] they also carried with them some of the bleakness and nihilism of the (thankfully now forgotten) punk rock scene in Los Angeles at the time" (AP 353). Wie es die Ironie des Schicksals will, stützte Elvis Costello, britischer Liedermacher und Aushängeschild für Punk und New Wave, Clovers in England, welche bald danach jedoch auseinanderbrach (Punkrock ersetzte Clovers Pubrock). Für Bateman ist Lewis wegen seiner Verkaufszahlen interessanter als Costellos Intellekt. Batemans Vorliebe für die Band hängt vor allem mit deren Image- und Musikstilwechsel Anfang der 1980er-Jahre zusammen: Huey Lewis & The News sollte die erste Rockband sein, die das Yuppie-Outfit ihres Publikums trug. Von einem ehemaligen rockigen Hippie-Aussehen hatten Huey Lewis & The News, gleich wie ihr Publikum, das von Hippies zu Yuppies mutierte, ihr Outfit in diese Richtung gewechselt. Auf der Bühne standen plötzlich (Rock-)Musiker, die Anzug, Hemd und Krawatte trugen. Von da an besang die ehemalige R&B-Band Liebesbeziehungen und verkörperte mit oberflächlichen und nostalgisch angehauchten Songs Reagans idealisierte Vergangenheit. Ihr Song "Hip to Be Square", Motto der 1970er-Jahre, wo laut Bateman eine konservative Rockkultur, "a rollicking ode to conformity" (AP 357) besungen wird, bringt diese soziokulturelle, musikalische Wende der Band ironisch zum Ausdruck. Ihren Yuppie-Konservatismus belegen auch die beiden Alben *Sports* (1983), wo das "Rumhängen" in einer Sportbar als "in" gefeiert wird (Sport wurde in den 1970er-Jahren als Mainstream-Kultur wahrgenommen) und *Fore!* (1986), ein Ausdruck in der Golfsprache, Sprache der privilegierten Schicht. Interpretet ab 1980 sind Huey Lewis (Lead-Vocals, Harmonika), Sean Hopper (Keyboard), Chris Hayes (Lead-Gitarre), Johnny Colla (Saxofon/Gitarre), Bill Gibson (Percussion), Mario Cipollina (Bassgitarre). Das Konzept von Rockmusik als Rebellion gegen Konservatismus und Status Quo sollte damit in den 1980er-Jahren mit Huey Lewis & The News exemplarisch ad absurdum geführt werden.

Siehe *Teil III über American Psycho* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Hugo Boss**

Eine deutsche Modemarke nach dem gleichnamigen Designer (\* 1885, † 1948), die in den 1980er-Jahren für bequemes Herren-Prêt-à-porter stand. 1924 vom Handelsvertreter Hugo Boss zur Herstellung von Berufsbekleidung in Metzingen bei Stuttgart gegründet, hatte Boss vor und während des Zweiten Weltkrieges auch Militäruniformen produziert. Nach seinem Tod avancierte die Firma zum größten deutschen Herrenmodeunternehmen, das Anfang der 1980er-Jahre mit dem Aufkommen des Yuppietums und den begehrten weißen "colletti" – Hemdkragen, die zum Statussymbol werden sollten – den internationalen Durchbruch schaffte. 1991 wurde das Modeunternehmen vom italienischen (Mode-)Imperium Marzotto gekauft.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **HUNDE in den 1980er-Jahren: Vom besten Freund des Menschen zum Statussymbol**

Schoßhunde und teure Hunde aus exotischen Ländern galten für Yuppies in den 1980er-Jahren als Statussymbole, deren Wert beim Ausführen zur Schau gestellt wurde. Es handelte sich dabei vor allem

um die asiatischen Hunderassen Shar-Pei (chinesisch), Chow-Chow (chinesisch) und Akita (japanisch). In *American Psycho* möchte Patrick Bateman neben einem Porsche auch einen Shar-Pei besitzen; als Bateman einen Schwulen mit einem braunweißen Shar-Pei trifft, bringt er dessen Besitzer um, da dieser nicht nur seine Homophobie anspricht, sondern auch etwas besitzt, was Bateman nicht hat (AP 160). Chow-Chows sind in *American Psycho* zumeist den weiblichen Romanfiguren zugeschrieben; so kauft Bateman auch seiner Freundin Evelin einen Hundewelpen dieser Rasse, den er daraufhin zu Tode malträtiert. (AP 280–81). An anderer Stelle weigert sich Luis Carruthers zum Spielen bei einem befreundeten Paar vorbeizuschauen, da diese einen Akita, den japanischen “Nationalhund” mit besonderem Jagdinstinkt, besitzen. (AP 361)

### **150 Wooster Street**

Ein in den 1980ern von Yuppies und Designschaffenden frequentiertes Restaurant von Brian McNally in SOHO/Manhattan, NYC.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Hunter College**

Eine der ältesten öffentlichen US-Universitäten. 1870 in New York City von einem irischen Immigranten und Sozialreformer als Ausbildungsstätte für Lehrerinnen gegründet, sind seit 1964 auch Männer zum College zugelassen. Hunter College gilt als eine der größten Universitäten im City University of New York (CUNY)-Netzwerk.<sup>1282</sup>

### **Huxtable, Heathcliff**

Ein fiktiver Charakter, ein US-amerikanischer Gynäkologe und Familienvater, den Bill Cosby in der beliebten *Bill Cosby Show* (1984–92) in New York spielt. Mit dieser Fernseh-Sitcom auf NBC wird zum ersten Mal in den USA das Leben einer bürgerlichen afroamerikanischen Oberklasse porträtiert. Das führte innerhalb der *black community* zu positiver wie zu negativer Kritik. Bill Cosby galt in den 1980er-Jahren als bestbezahlter afroamerikanischer Schauspieler.

Siehe *Cosby Show, The*

## **I**

### **“I Feel Free”**

Ein Hit der US-amerikanischen Popsängerin Belinda Carlisle aus ihrem zweiten Album *Heaven on Earth* (1988).

Siehe *Carlisle, Belinda*

### **“I imagine a hole, widening in the sun”**

Wahrscheinlich eine Anspielung des Autors Bret Easton Ellis auf “King of Pain”, einen Hit der britischen Rock-Band The Police aus dem Album *Synchronicity* (1983). Die 1977 gegründete Band mit Stewart Copeland, Sting und Andy Summers war stark vom Reggae, vom Punk und Jazz beeinflusst und hatte in den späten 1970er-Jahren und frühen 1980er-Jahren als New Wave-Band ihren internationalen Durchbruch. *Synchronicity*, der Titel ist an C. G. Jungs Schriften angelehnt und war ihr letztes Album, gilt bis heute als Klassiker und brachte der Band einen Grammy. Mit den Solokarrieren der einzelnen Mitglieder löste sich die Gruppe inoffiziell auf und wurde 2003 in die Ruhmeshalle Rock 'n' Roll Hall of Fame aufgenommen. Sting erhebt in dem Song seinen starken Trennungsschmerz (von seiner ersten Frau) und sein Schicksal als “King of Pain” zum Seelenschmerz, der sich als schwarzer Fleck in der Sonne zeigt. Ellis’ ironische Anspielung auf diesen Song nach dem “sinnlosen” Mord Batemans an einem Kind (AP 300) dürfte ein weiterer Hinweis des Autors an die Leserinnen und Leser auf eine “unzuverlässige” Romanfigur sein:

(...) But it's my destiny to be the king of pain  
There's a little black spot on the sun today  
That's my soul up there  
It's the same old thing as yesterday  
That's my soul up there (...)

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

<sup>1282</sup>

“A Great Public College in New York City | Hunter College,” *Hunter College*, [www.hunter.cuny.edu](http://www.hunter.cuny.edu).

## **IBM**

Das erste große US-amerikanische Unternehmen, das Computer herstellte. Die Abkürzung IBM (International Business Machines Corp.) steht je nach Kontext für weitere Inhalte wie beispielsweise

- a) "I built a Macintosh"
- b) "I Buy Money"
- c) "Inferior But Marketable"
- d) "Insidious Black Magic"
- e) "It's Been Malfunctioning"
- f) "Incontinent Bowel Movement" [New York Stock Exchange Symbol and Toronto Stock Exchange Symbol]"

Siehe *COMPUTER in den 1980ern* und *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

## **ICM PC**

Ein englischer Computer-Fachausdruck für "Independent Color Matching Personal Computer".

Siehe *COMPUTER in den 1980ern* und *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

## **"If I were a rich man"**

Ein Song eines unbekanntenen Komponisten aus dem US-amerikanischen Musical *Fiddler on the Roof* (1964), eines der erfolgreichsten Broadway-Musicals aller Zeiten.

Siehe *Fiddler on the Roof*

## **Ike Behar**

Ein US-amerikanisches Familienunternehmen, das maßgeschneiderte Hemden erzeugt. Der ehemalige Schneider aus Kuba, Isaac Behar, hatte sich in New York auf Hemden spezialisiert und diese – als Partner von Ralph Lauren – von 1970 an für Laurens Polo-Marke produziert. 1982 kreierte Behar in den USA seine eigene Modemarke.

Siehe *Ralph Lauren* und *MODE in den 1980ern*

## **IMF**

Eine Abkürzung für englisch

- a) "(The) Inefficient Market Fund" (AMEX Symbol), eine leistungsschwache Marktfinanzierung
- b) "Impossible Mission Force", eine fiktive Gruppe von Undercover-Agenten aus der TV-Serie "Mission Impossible"
- c) "International Monetary Fund", Internationaler Währungsfond

## **Indochine**

Ein französisch-vietnamesisches Spitzenrestaurant seit 1984 zwischen Astor Place und 4<sup>th</sup> Street in der Colonnade Row, einem griechischen Säulengang von 1830, im Central Village/NoHo in New York City, das mit Palmen, Deckenventilatoren und gedämpftem Licht eine Reise in die Vergangenheit verspricht.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

## **Infinity IRS V**

Eine US-amerikanische Lautsprechermarke von Infinity Systems Inc.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

## **Infrared remote control**

Eine Fernbedienung, meist für die Unterhaltungselektronik wie Fernsehgeräte und Stereoanlagen, die in den 1980er-Jahren mit der Entwicklung der Halbleiter auf Infrarot-Basis funktionierte.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

## **Insider trading**

Ein englischer Begriff für "Insiderhandel" oder "Insidergeschäfte", sogenannte "Handelsaktivitäten von Insidern, die auf deren Wissensvorsprung basieren und eine Reaktion des Marktes auf solche Informationen vorwegnehmen. Insidern ist es verboten, aufgrund des eigenen Insiderwissens Insider-Papiere auf eigene oder fremde Rechnung oder für einen anderen zu erwerben oder zu veräußern, Insider-Tatsachen unbefugt mitzuteilen oder zugänglich zu machen und einem anderen auf der Grundlage eines Insiderwissens über eine bestimmte Tatsache, den Erwerb oder die Veräußerung von Insider-Papieren zu empfehlen."<sup>1283</sup> Die Reagan'schen Deregulierungsmaßnahmen sowie eine

nachlässige Überprüfung der Einhaltung von bestehenden Gesetzen im Finanzbereich hatten Mitte der 1980er-Jahre zu skrupellosem Verhalten an der Börse geführt: In den verschiedenen Insider-Trading-Skandalen hatten Finanziers illegal erhaltene Informationen – unter anderem durch Einbrüche – zu ihrem eigenen Vorteil eingesetzt.<sup>1284</sup> Bei den *Leveraged buyouts* (LBOs) wurden meist öffentliche, aber auch private Unternehmen von einer Gruppe von (firmeninternen) Investoren mit geliehenem Geld aufgekauft und die Kredite durch den Anteilsverkauf am Unternehmen zurückgezahlt. Falsche Spekulationen und Profitgier ruinierten daraufhin das aufgekaufte Unternehmen oder die Unternehmen, die mit geliehenem Geld *hostile takeovers* standgehalten hatten. Aber auch der Handel mit *junk bonds*, mit niedrig eingestuften Wertpapieren, die bei erhöhtem Risiko viel Profit versprachen, kennzeichnete die gierige und skrupellose Geschäftstüchtigkeit vieler bekannter Unternehmer in den 1980er-Jahren. 1986 wird erstmals Dennis Levine (33), ein Angestellter von Drexel Burnham Lambert, eines der (auch in *American Psycho* erwähnten) Wirtschaftsunternehmen, welches LBOs und die Finanzierung von Junk Bonds förderte, wegen Insiderhandels zu einer Geldstrafe von 12,6 Mio. US-Dollar verurteilt. Im selben Jahr wird auch die berühmte Wall Street-Vermittlerfigur Ivan Boesky wegen Insiderhandels zu einer Strafe von 100 Mio. US-Dollar verurteilt. 1989 wird enthüllt, dass der Junk Bond-König Michael Milken 1987 550 Mio. US-Dollar von der Firma Drexel Burnham Lambert wegen Insiderhandels erhalten hatte. Alle Personen sind in *American Psycho* als flüchtige Kollegen von Bateman und mit der gängigen Wirtschaftssprache und -praxis als Yuppietalk eingebaut. Seit diesen Insider-Trading-Skandalen wird in den USA der Verstoß gegen klar festgelegte Insiderregeln hart bestraft.

Siehe *LBOs*; *Junk bonds*; *Hostile takeover*; *Boesky, Ivan*; *Levine, Dennis*; *Milken, Michael* und *Drexel Burnham Lambert*

### **Interplak**

Eine elektrische Rundzahnbürste der gleichnamigen US-Marke für Mundpflegeprodukte von Conair, einem führenden amerikanischen Produktionsunternehmen mit nationalen Marken für Kleingeräte zur Schönheits- und Gesundheitspflege sowie für Haushaltsgeräte seit 1959.

### **Interwoven Socks**

Eine alteingesessene US-amerikanische Marke für Socken.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **INXS**

Eine australische Poprockgruppe, die in den 1980er-Jahren zu den weltweiten Top-10-Bands gehörte. Beide in *American Psycho* verwendete Musikzitate, die Songs "Devil Inside" und "New Sensation", stammen aus dem Album *Kick* (1987) und brachten INXS neben ihrem internationalen Durchbruch verschiedene Musikpreise, unter anderem den Grammy- und MTV-Award ein und machten die Band zu Superstars. INXS – die Betonung liegt auf "In-excess" – spielt mit ihrem Namen bewusst auf die von ihr propagierte Dekadenz, Konsumismus und Drogenexzesse der 1980er an. INXS wurde Ende der 1970er-Jahre gegründet und trat zunächst in Vorstadtclubs auf. Mit ihrem leichten, peppigen New Wave-recyclten *dance-rock*, einem Mick Jagger-ähnlichen Beat von Sänger Michael Hutchence plädierte die Gruppe vor allem für ein schnelllebiges, konsumorientiertes Leben. Nach ihrem ersten Durchbruch in Australien erfolgte mit ihrem Album *Listen Like Thieves* (1985), Live-Auftritten ("World's Best Live Band") und mit Unterstützung von MTV-Videos der internationale Durchbruch. Der Tod Hutchence 1997 führte zur Auflösung der Band.

Siehe "*Devil Inside*"; "*New Sensation*" und *MUSIK in den 1980ern*

### **Iowa**

Ein US-Bundesstaat (29.) seit 1846 mit der Hauptstadt Des Moines, nach dem gleichnamigen Stamm der Sioux am unteren Mississippi benannt.

### **IPO**

Eine Abkürzung für englisch

- a) "Initial Public Offer(ing)", Börsengang bzw. öffentliche Erstemission
- b) "Input, Process, and Output" (comp.), Dateneingabe, -prozess und -ausgabe
- c) "Installation Productivity Option" (IBM Corp.)
- d) "International Procurement Office", Internationale Beschaffungsbehörde

<sup>1284</sup>

Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 154 f.



### **Iran-Contra Affair**

Ein politischer Skandal, der während der Amtszeit des republikanischen US-Präsidenten Ronald Reagan in den Monaten Oktober und November 1986 ans Licht kam und das Vertrauen der amerikanischen Bevölkerung in die US-Regierung zutiefst erschütterte. Da auch hier – ähnlich wie bei der Watergate-Affäre unter dem republikanischen Präsidenten Richard Nixon Anfang 1970 – Regierungsvollmachten missbraucht wurden, wird dieser Skandal auch “Irangate” genannt. Begonnen hatte alles 1979 mit der Geiselnahme von 69 Menschen in der US-Botschaft von Teheran, mit denen die Herausgabe des in die USA geflüchteten Schahs von Persien erzwungen werden sollte.<sup>1285</sup> Präsident Carter weigerte sich, den Forderungen der militanten islamischen Fundamentalisten des neuen Khomeini-Regimes nachzukommen. Er forr die iranischen Vermögenswerte in den USA ein und startete einen Befreiungsversuch, der jedoch missglückte. Mit dem wenig später erfolgten Tod des Schahs und einer neuen Regierung im Iran waren die Forderungen obsolet geworden und die Möglichkeit von neuen Verhandlungen gegeben; einige Geiseln wurden freigelassen. Mit dieser Geiselnahme war den AmerikanerInnen erstmals bewusst geworden, dass auch die am besten ausgerüstete militärische Macht, wie es die USA waren, ihre StaatsbürgerInnen nicht vor politischem Terrorismus schützen konnte. Diese Erfahrung sollte sich in den 1980ern weitere Male wiederholen und am 11. September 2001 mit dem Angriff auf das World Trade Center in New York zum traumatischen und weltverändernden Erlebnis werden. Die (gescheiterten) US-Verhandlungen mit dem Iran wurden jedoch zum Thema im gleichzeitig stattfindenden Präsidentschaftswahlkampf zwischen dem wieder kandidierenden demokratischen Präsidenten Jimmy Carter und seinem republikanischen Herausforderer Ronald Reagan. Das Thema bestimmte das Image der beiden Kandidaten, wobei Jimmy Carter im Vergleich mit Ronald Reagan – einem an Unnachgiebigkeit und Härte proklamierenden Gegner – von der Bevölkerung als zu schwach empfunden und beurteilt wurde. Parallel zum Präsidentschaftskampf jedoch waren von republikanischer Seite geheime Verhandlungen mit dem iranischen Regime geführt und die restlichen 52 Geiseln pünktlich zum Amtsantritt von Reagan freigelassen worden. Dieser Deal beruhte darauf, dass Regierungsmitglieder illegal Waffen an den Iran verkauft hatten, wobei sie im Austausch die Freilassung amerikanischer Geiseln durch schiitische Fundamentalisten in Beirut zugesichert bekamen.<sup>1286</sup> Diese Aktion war anfangs über den Verhandlungspartner Israel und mit Reagans Einverständnis sowie der Unkenntnis der amerikanischen Bevölkerung durchgeführt worden. Wegen zunehmender interner Kritik an diesem Vorhaben begannen einige Regierungsmitglieder direkt Waffen an den Iran zu verkaufen, wobei sie das offizielle US-Waffenembargo gegen den Iran und andere Gesetze brachen. Neben General North, der die Aktion als “Operation Rescue” (Januar-Juni 1986) bezeichnete, deckte auch die CIA die Unternehmung. Der Skandal breitete sich weiter aus, als bekannt wurde, dass mit dem Geld aus diesen illegalen Waffenverkäufen (über ein Schweizer Bankkonto) die von der CIA aufgebauten, rechts gerichteten Contra-Rebellen in ihrem Kampf gegen die sandinistische Regierung in Nicaragua unterstützt wurden, und zwar gegen einen Kongressbeschluss und ohne das Wissen desselben. Im Austausch war von US-Seite Kokain nach Amerika importiert worden. Der Internationale Gerichtshof in Den Haag sprach daraufhin die USA, unter anderem wegen direkter und indirekter militärischer und paramilitärischer Aktivitäten in und gegen Nicaragua für schuldig und verurteilte diese zur Zahlung von Reparationen an das Land. Die USA erklärten daraufhin das internationale Gericht, an dem ein US-Richter mitentschieden hatte, als nicht befugt, über sie zu richten; eine UN-Resolution zur Anerkennung des Gerichtsurteils – die USA, Israel und El Salvador stimmten dagegen – wurde auf den Weg gebracht. Mit der Abwahl der alten sandinistischen Regierung und von Daniel Ortega 1990 und unter Androhung der USA ihre bisherige finanzielle Unterstützung für das Land zu beenden, sollte die neue Regierung unter Violeta Barrios de Chamorro, die mit ihrem neoliberalen Oppositionsbündnis Unión Nacional Opositora (UNO) für ein Ende des Contra-Krieges, einen wirtschaftlichen Aufschwung und für Demokratie eintrat, auch jegliche Ansprüche Nicaraguas aus dem Gerichtsurteil der USA aufgeben. Reagan leugnete jegliches Mitwissen in der Iran-Contra-Affäre und setzte die Tower-Kommission (unter dem Vorsitz des republikanischen Senators John Tower) zur Untersuchung ein, wobei in diesem Zuge auch weitere Geheimaktionen der US-Regierung in Nahost und in Zentralamerika ans Licht kamen. Die Kommission selbst beurteilte Präsident Reagans Haltung im Skandal “as too detached from the process and too little aware of what his subordinates were doing”<sup>1287</sup>. Es konnte auch nie geklärt werden, inwieweit der Vizepräsident der USA, George Bush (sen.), in die Iran-Contra-Affäre verwickelt war.

Siehe *REAGAN, RONALD; Bush, George und North, Oliver*

---

<sup>1285</sup> Vgl. ebda., 266 ff.

<sup>1286</sup> Vgl. ebda., 271 ff.

<sup>1287</sup> Ebda., 276.

### **Ivy League**

Ein Sammelbegriff für die acht bekanntesten und renommiertesten Hochschulen im Nordosten der USA. Der Name Ivy League (Efeuliga) leitet sich von den historischen mit Efeu bewachsenen Gebäuden auf dem Universitätscampus ab. Teil des Ivy League-Netzwerkes sind die Brown University (Providence, Rhode Island), Columbia University (New York City, New York), Cornell University (New York), Dartmouth College (Hanover, New Hampshire), Harvard University (Boston, Massachusetts), Pennsylvania State University (Hershey, Pennsylvania), Princeton University (Princeton, New Jersey), Yale University (New Haven, Connecticut). Die Ivy League richtet unter anderem auch gemeinsame Sportwettkämpfe aus.

Siehe *Columbia University*; *Cornell Club-New York, The*; *Harvard Club of NYC, The*; *Harvard University*; *Princeton Club of NYC, The*; *Radcliffe College* und *Yale Club of NYC, The*

## **J**

### **J & B**

Eine historische Blended-Scotch Whisk(e)y-Marke des Wein- und Spirituosenhandelsunternehmens Justerini & Brooks in London. Ein "J&B on the rocks" ist ein Scotch auf Eis(würfeln).

### **J. Crew**

Ein 1983 in New York City gegründetes Versandhandelshaus für eine Herren- und Damenlinie und für Schuhe und Accessoires, die im Haus entworfen und von Firmen weltweit produziert wurden. Die J. Crew-Marke steht heute für Qualitätskleidung in klassischem Design mit leichtem Understatement.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **J. Geils Band**

Eine populäre US-amerikanische Rock 'n' Roll-Band der 1970er-Jahre, die ihre Hits nicht im Studio aufnahm, sondern wegen ihrer energiegeladenen Live-Auftritte und Darbietung einer einfachen, klassischen R&B-Musik mit Soul- und Vokalelementen großen Erfolg hatte. Erst Anfang der 1980er-Jahre produzierte die Band mit "Centerfold" einen US-weiten Hit, dem folgte "Freeze Frame" 1982 und darauf das Live-Album *Showtime!*, das Gold brachte. Interne Spannungen führten zeitgleich zur Auflösung der Band.

Siehe "Centerfold" und *MUSIK in den 1980ern*

### **J.P. Morgan**

Eine der größten US-Banken, die sich in den 1980er-Jahren von einer kommerziellen Bank hin zu einer Investmentbank veränderte.

### **Jackie O.**

Ein Kurzname für Jacqueline Lee Bouvier Kennedy Onassis (\* 1929, † 1994), eine US-amerikanische Journalistin und Frau des 35. US-Präsidenten John F. Kennedy, jüngste First Lady der USA zwischen 1961 und 1963 und Mutter von vier Kindern. Schön, charmant und mysteriös zugleich ist Jackie Kennedy mit ihrer zurückhaltenden, vornehmen Art und offenen Haltung wie Intelligenz zum Idol vieler Frauengenerationen geworden, weswegen sie auch nach der Ermordung ihres Mannes im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses und Gegenstand der Klatschpresse blieb. Siehe Ellis Hinweis auf Page Six, die Klatschspalte der *New York Post*: 1968 wird "Jackie Kennedy" durch ihre Heirat des griechischen Reeders und Multimillionärs Aristoteles Onassis (†1975) zu "Jackie O"; 1975 zierten Nacktfotos von ihr vom Strand in Griechenland das Titelblatt des *Hustlers*. Nach dem Tod ihres Mannes zog sie wiederum nach New York, lebte mit dem Industriellen und Diamantenhändler Maurice Tempelmann zusammen und arbeitete als Lektorin in einem New Yorker Verlag. Jackie O. starb an Lymphknotenkrebs; ihr Begräbnis wird zu einem nationalen Ereignis.

### **Jack-o-lantern**

Eine Halloween-Dekoration, bei der ein Gesicht aus dem Kürbis geschnitten wird.

### **Jackson, Janet**

Eine US-amerikanische R&B-Sängerin (\* 1966) und mit Madonna und Whitney Houston einer der weiblichen Megastars der 1980er- und 1990er-Jahre, die die Qualität ihrer Songs und deren Produktion zu kontrollieren verstand. Janet Jackson, Schwester von Michael Jackson und jüngstes Kind in der Jackson 5-Familie schaffte ab 1986 eine – von ihren fünf Geschwistern – völlig unabhängige Karriere. Bereits als Kind wirkte Janet in verschiedenen Fernseh-Sitcoms mit, unter anderem 1983 in *Fame*. Unter dem Druck ihres Vaters, der ab 1982 Janets Karriere als Sängerin forcierte, bringt sie *Janet Jackson* und *Dream Street* bei A&M ohne großen Erfolg heraus. Eine Zusammenarbeit mit dem Produzenten-/Songwriter-Duo Jimmy Jam und Terry Lewis führt schlussendlich zu einem langfristigen, internationalen Durchbruch mit *Control* 1986, einem Album mit Großstadt-R&B und Hip-Hop-Funkeinflüssen und Jackson als junger, selbstbestimmter Frau mit einer humorvoll-verletzlichen Seite. *Rhythm Nation 1814* im Jahr 1989 zeigte wiederum Jacksons sozialbewusste und romantische Seite und brachte sieben Top-5-Hits hervor, eine bis dahin unbekannte Leistung und führte zu Jacksons erster größeren Tournee. Mit dem Wechsel zu Virgin Records Ende der 1980er-Jahre und einer opulenteren Musik veränderte sich Janet Jacksons, Image wiederum in Richtung Vamp.

Siehe *Jackson, Jermaine*; *Jackson, Michael* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Jackson, Jermaine**

Ein US-amerikanischer R&B-Sänger (\* 1954), der als Mitglied der von Motown produzierten Jackson 5-Familie auch Janet und Michael Jacksons Bruder ist. Nach Michael hatte auch Jermaine eine Solokarriere, die ihm für sein *Let's get Serious*-Album einen Grammy für "Best R&B male vocal performance" brachte sowie 1984 einen Hit mit Pia Zadora im Duett "When the Rain Begins To Fall". 1989 konvertierte Jackson zum Islam und nannte sich fortan Muhammad Abdul-Aziz.

Siehe *Jackson, Janet*; *Jackson, Michael* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Jackson, Michael**

Ein US-Pop-Megastar (\* 1958, † 2009), der erfolgreichste der 1980er-Jahre und der erste afroamerikanische Musikstar, der auf MTV gezeigt wurde und mit der schnellen, rhythmischen Darbietung seiner Songs den Auftritt von Sängern auf der Bühne revolutionierte. In Gary (IN) geboren, war Michael von Kind an Teil der vom Vater streng bestimmten Familienband Jackson 5, einer R&B-Gruppe unter Motown-Vertrag, und bewies besonderes Talent, das ihm mit seiner Solo-Single "Ben" 1972 eine Oscar-Nominierung brachte. Seine erkennbare, vielseitige Stimme und Tanzakrobatik nutzte Jackson Anfang der 1980er-Jahre für den Start einer Einzelkarriere: Quincy Jones produzierte Michael Jacksons *Off The Wall* als funkiges Pop-Album mit Soulelementen und vielen Top-Hits. 1982 folgte *Thriller*, ein Album, das zwei Jahre in den Top-Charts blieb und sich allein in den USA 25 Millionen Mal verkaufte. *Thriller* sollte daraufhin zum Bestseller der US-Rock- und Popgeschichte avancieren: Die Pop- und Soulelemente sind weicher und alternieren mit rockigen Abschnitten, Paul McCartney begleitet Michael Jackson in einem Duett, Eddie Van Halen begeistert mit einem Gitarrensolo. Für den Erfolg des Albums mit ausschlaggebend waren jedoch neben Hits wie "Billie Jean" "Beat It" und "Thriller" die Videos zur Musik, welche wie Filme durchstrukturiert waren, eine Geschichte erzählten und damit das Musikvideo als Kunstform "revolutionierten". In "Thriller" führt Jackson eine Gruppe von Zombies an, unterlegt von Horror-Effekten. In einem Motown-Special im Fernsehen setzte Michael Jackson 1983 mit dem "Moonwalk" sein eigenes Markenzeichen, ergänzt von einer erkennbaren Stimmakrobatik und den weißen Handschuhen. Nach weiteren Hits, unter anderem mit McCartney, seinen Brüdern und Lionel Richie und "We are the World", einem Song für Afrika, war der Grammy-Gewinner ob seiner exzentrischen Publikumsscheu und seines kindlichen Images im Mittelpunkt wildester Gerüchte: Eine "Hautkrankheit" machte seine Haut "weißer" und plastische Eingriffe sein Gesicht "kaukasischer". Auf seiner Ranch in Kalifornien, die er "Neverland" taufte, richtete Michael Jackson sich einen großen Unterhaltungspark ein, arbeitete 1986 mit George Lucas und Francis Ford Coppola an einem 3D-Imax-Kinderfilm, der jahrelang in *Walt Disneys Disneyland* lief. Ein Jahr zuvor hatte er sich alle Rechte an den Lennon-McCartney-Songs gekauft. 1987 erobert sein Album *Bad* die Hits und wird zum Verkaufsschlager mit vielen Top-Hits. Weitere Hits und Alben folgen, die mit dem "alternativen" Rock zwar Konkurrenz bekommen sollten, aber durch Jacksons Alleinstellungsmerkmal und eine mittlerweile Genre übergreifende, eingeschworene Fangemeinde den Ausnahmestatus des Künstlers nicht mehr gefährden würden.

Siehe *Jackson, Janet*; *Jackson, Jermaine*; *MODE in den 1980ern* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Jacuzzi**

Eine US-Marke für einen Whirlpool, ein Sprudelbecken mit Unterwassermassage, des gleichnamigen kalifornischen Unternehmens für Sanitäranlagen Jacuzzi Brands Corp. Als 1978 US-weit registrierte

Handelsmarke wurde der Jacuzzi in den 1980er-Jahren zum Luxusobjekt der High Society und zum Synonym für den "Whirlpool".

### **Jagger, Mick**

Ein britischer Rocksänger (\* 1943), Mitbegründer und Anführer der Band The Rolling Stones, der sich auch als Schauspieler erprobte und als Playboy und Gesellschaftslöwe mit Interesse für die Wirtschaft trotz seiner (Drogen-)Exzesse bekannt und geschätzt wurde. Als einer der einflussreichsten und bekanntesten Bandsänger in der Geschichte des Rock 'n' Roll begann Jagger 1985, nach über zwanzig Jahren Banderfahrung, mit dem ersten Soloalbum *She's the boss* eine eher mainstreamige Tanz- und Pop-Solokarriere. Diese Musikrichtung war bei den Rolling Stones seit Ende der 1970er-Jahre Grund für interne Auseinandersetzungen. MTV-Auftritte brachten die Single aus *She's the Boss* "Just Another Night" auf Platz 12 und Jagers Debütalbum zwar Platin, aber nicht den Durchbruch für eine Solokarriere. Eine Zusammenarbeit für *Live Aid* führte zum Coversong "Dancing in the Street" der Martha and the Vandellas-Gruppe mit David Bowie 1985 und auf Platz 7 der US-Charts. Nach dem gemeinsamen Stones-Album *Dirty Work* (1986) – Mick weigerte sich, mit der Band zu touren – erschien sein Titelsong für den Kinofilm *Ruthless People* als Single und 1987 sein zweites Album *Primitive Cool*, das ein kommerzieller Misserfolg wird. Die Rückkehr Jagers zur Band führte 1989 zum Album *Steel Wheels* und zu einer Konzerttour. Danach folgte eine längere Ruhepause, in der Jagger wie andere Bandmitglieder an Soloprojekten arbeitete. Jagers Solokarriere sollte den Erfolg der Gruppe Rolling Stones jedoch nie übertreffen, sondern im Gegenteil die Band zusammenschweißen.  
Siehe *Hall, Jerry; Rolling Stones, The* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Jalapeño**

Eine kleine bis mittelgroße, scharfe Paprika aus Mexico, benannt nach der Stadt Jalapa (heute Xalapa).

### **Jambalaya**

Ein kreolisches, scharf gewürztes Eintopfgericht aus Louisiana, USA, mit Reis, Fleisch und Meeresfrüchten.

### **James Galanos**

Ein US-amerikanischer Modeschöpfer mit griechischen Wurzeln (\* 1924, † 2016), der für seine Maßschneiderei und die Noblesse seiner edlen Cocktail- und Abendkleider Berühmtheit erlangte.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **James Robinson Inc.**

Ein edles New Yorker Unternehmen des gleichnamigen Begründers seit 1912, das sich auf Schmuck des 19. Jahrhunderts und aus der Art Deco-Zeit sowie auf antikes Silber aus dem 16.–18. Jahrhundert spezialisiert hat und auch antikes europäisches Porzellanservice und alte Glastische wie Silberwaren vertreibt.

### **Jams**

Ein New Yorker Spitzenrestaurant der 1980er-Jahre mit kalifornischer Küche, das 1984 von Jonathan Waxman eröffnet und mit dem gebackenen Ziegenkäse auf Blattsalat mit Walnuss-Vinaigrette berühmt wurde.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **JAPAN: Der wirtschaftliche Einfluss in den USA wird spürbar in den 1980er-Jahren**

Japans Einfluss auf die US-amerikanische Wirtschaft und das amerikanische Leben begann sich Anfang der 1980er-Jahre bemerkbar zu machen. Offene wie versteckte Hinweise in *American Psycho* dokumentieren diese Entwicklung wie folgt: Bei einer Einladung in Evelyns Apartment erfahren die LeserInnen zunächst, dass Evelyn (japanisches) Sushi als Abendessen vorbereitet hat, welches von "importiertem" Bier begleitet wird: "Evelyn is still opening large bottles of imported beer" (AP 11). Die Information zum "importierten" Bier wird wenig später von Bateman präzisiert "Evelyn finishes opening the Japanese beer bottles" (AP 11–12). Es geht also um importiertes, japanisches Bier in großen Flaschen, das kurze Zeit darauf mit dem japanischen Biermarkennamen "Kirin" besetzt wird. Was mit dieser inhaltlichen Textstrukturierung einhergeht, ist die Entwicklung der USA von einem traditionell exportierenden Land zu einem stark importierenden Land Ende der 1980er-Jahre, wobei neben Deutschland eben auch Japan eine bedeutende Rolle spielte. Die Yuppies waren dabei die Bevölkerungsgruppe, die mit ihrer Kaufkraft den angebotenen – meist ausgefallenen neuen und teuren

– Importprodukten zum großen Teil den Markteintritt und Absatz sicherte.<sup>1288</sup> Den Erfolg japanischer Unternehmen bzw. Produkte beispielsweise im Automobil-Sektor (Ende der 1980er-Jahre waren 20 % aller Autos in den USA aus Japan importiert, 8 % der amerikanischen Autofabriken waren bereits in japanischer Hand) und in der Hochtechnologie (die USA waren bei den Innovationen strukturell zu schwerfällig) führten amerikanische Geschäftsleute auf die Regierungsunterstützung bei Unternehmenseröffnungen in den USA, auf die japanische Arbeitsweise und auf niedrigere Löhne der japanischen ArbeiterInnen zurück.<sup>1289</sup> Die zunehmende Einflussnahme Japans bei der amerikanischen Wirtschaftsentwicklung belegt Ellis mit weiteren Textpassagen bzw. japanischen Produkten: Batemans Wohnung ist mit Hightech Geräten aus Japan vollgestopft, und er besitzt ein Futon als Bett. Bateman weist Luis Carruthers bei den U2-Konzertkarten darauf hin, dass diese eigentlich für japanische Kunden vorgesehen wären und erntet, als es während des U2-Konzerts um eine Restaurantvorbestellung geht und Bateman ein japanisches Restaurant vorschlägt, von einem Kollegen eine Hasstirade, die alle Vorurteile gegenüber “den Japanern” plakativ komisch zum Besten gibt:

“There’s a really top sushi bar on the Upper West Side. Blades. Chef used to be at Isoito. It got a *great* rating in Zagat.” “Bateman, I *hate* the Japanese. . . . Little slanty-eyed bastards.” “What, . . . in the hell are you talking about?” “Oh I know, I know, . . . They save more than we do and they don’t innovate much, but they sure in the fuck know how to take, *steal*, our innovations, improve on them, then ram them down our fucking throats!” I stare at him, disbelieving for a moment, [...] “What in the *hell* does that have to do with *Blades*?” I ask finally, genuinely confused. [...] “That’s why I *hate* Japanese food, . . . Sashimi. California roll. Oh *Jesus*.” He makes a gagging motion with one finger going down this throat. (AP 145)

Nachdem Bateman eine weitere Hasstirade auf “die Japaner” und deren Innovations- und Unternehmergeist von seinem Kollegen Charles Murphy hört, reagiert er nicht mehr verbal. Er hat den existierenden Hass auf die japanische Bevölkerung bereits internalisiert und “löscht” diesen kurzerhand auf seine Art und Weise mit einem Mord “aus”:

He (Murphy)’s on tirade about the Japanese—“They’ve bought the Empire State Building and Nell’s. *Nell’s*, can you believe it, Bateman?” he exclaims over his second Absolut on the rocks—and it moves something in me, it sets something off, and after leaving Rusty’s while wandering around the Upper West Side, I find myself crouched in the doorway of what used to be Carly Simon’s, a very hot J. Akail restaurant that closed last fall, and leaping out at a passing Japanese delivery boy, I knock him off his bicycle and drag him into the doorway, his legs tangled somehow in the Schwinn he was riding which works to my advantage since when I slit his throat—easily effortlessly—the spasmodic kicking that usually accompanies this routine is blocked by the bike, which he still manages to lift five, six times while he’s choking on his own hot blood. I open the cartons of Japanese food and dump their contents over him, but to my surprise instead of sushi and teriyaki and hand rolls and soba noodles, chicken with cashew nuts fall all over his gasping bloodied face and beef chow mein and shrimp fried rice and moo shu pork splatter onto his heaving chest, and this irritating setback—accidentally killing the wrong type of Asian—moves me to check where this order was going—Sally Rubinstein—and with my Mont Blanc pen to write *I’m gonna get you too...bitch* on the back of it, then place the order over the dead kid’s face and shrug apologetically, mumbling “Uh, sorry”, [...]. (AP 180–81)

Bateman hat groteskerweise nicht nur den Typus des Asiaten verwechselt, sondern reagiert darauf melodramatisch mit einer x-mal in Filmen geäußerten, völlig dekontextualisierten Drohung: “*I’m gonna get you too...bitch*.” An anderer Stelle imitiert Bateman in einem Restaurant unter dem Einfluss von Valium japanische Geschäftsleute, die Frank Sinatras populäres Lied “Witchcraft” singen, mit “that sry comehitle stale...that clazy withclaft...” (AP 363) Dann hört Bateman zufällig, wie sein Anwalt Harold Carnes zum Einfluss “der Japaner” in den USA prognostiziert, dass diese Ende der 1990er-Jahre “alles” besitzen würden.

“Face it,” he (Carnes)’s telling Truman Drake, “the Japanese will own most of this country by the end of the 90s.” Relieved that Harold is, as usual, still dispensing valuable and *new* information, with the addition of a faint but unmistakable trace of, god forbid, an English accent, I find myself brazen enough to blurt out, “Shut up, Carnes, they will *not*.” (AP 386)

“Japaner” überall, Bateman verliert die Kontrolle – sein Gewaltakt gegen den “asiatischen” Jungen zuvor muss in diesem Kontext ausschließlich als pure Gewalt gegen alles und jeden, der nicht weißer Hautfarbe, männlich und Teil der privilegierten Klasse Amerikas ist, beurteilt werden. Alle diese Textstellen reflektieren den gelebten Widerspruch zwischen dem einerseits von Reagan gepredigten und von Yuppies gehuldigten amerikanischen Patriotismus und andererseits deren Bereitschaft, alles, was neu war und zum Image eines Yuppies beitragen konnte, zu kaufen, wie eben japanische und deutsche Importe aus dem Hightech-Bereich. Vor allem letztere Bemerkung, dass “die Japaner” Ende der 1990er-Jahre fast ganz Amerika besitzen werden, fasst die (unbegründete) Angststimmung vieler

<sup>1288</sup> Ebda., 147 f.  
<sup>1289</sup> Ebda.

AmerikanerInnen Ende der 1980er-Jahre zusammen. Diese Angststimmung führt der Journalist Ellis Close in seinem Artikel über den herrschenden Boulevardjournalismus<sup>1290</sup> auf die weit verbreitete unprofessionelle Medienberichterstattung über den Aufkauf amerikanischer Unternehmen durch japanische Firmen zurück (Close erwähnt Unternehmen aus der Hightech- und Unterhaltungsindustrie). Diese würden mit Großschlagzeilen Vorurteile und somit Ängste schüren. Close verweist dabei auch auf die parteiische, amerikanische Berichterstattung über die großen asiatischen Einwanderungswellen in den 1920er-Jahren und die arabische Einflussnahme in den Staaten während der OPEC-Krise in den 1970er-Jahren und vergleicht diese mit der unparteiischen Berichterstattung über die Übernahme vieler amerikanischer Unternehmen durch den australischen Medienzar Rupert Murdoch bzw. durch kanadische Firmen. Close erkennt darin eine mediale Berichterstattung "pandering to American xenophobia and latent racism"<sup>1291</sup> und warnt vor der zunehmenden Regenbogenpresse oder eben dem Boulevard-Journalismus.  
Siehe *MASSENMEDIEN in den 1980ern*

### **Japanese, Chinese or Asian pear**

Eine asiatische Birne, auch "Nashi" oder "apple pear" genannt, eine Verwandte der europäischen Birne, welche die Form eines Apfels hat und auch von ihrer Festigkeit eher an einen Apfel erinnert. Es sind saftige und leicht süße Früchte mit einer feinen Herbe. In den USA ist besonders die japanische Art dieser asiatischen Birne namens "20th century" oder "Nijisseki" gefragt. Diese ist rund und hat eine weiche gelbe Schale.

### **Jean Paul Gaultier**

Ein französischer Modeschöpfer (\* 1952), der sich selbst ob seiner Ausgefallenheit und Themen als *Enfant terrible* der Prêt-à-porter-Mode bezeichnet hat: Sein Stil – Londoner Straßenmode trifft auf nostalgische Erinnerungen an die 1960er-Jahre – ist immer ein Aufbrechen und ein Neumischen von Stilen (der Art, sich zu kleiden) zugleich und läuft immer auf ein Grenzüberschreiten und damit Infragestellen von männlichem und weiblichem Geschlecht bzw. männlicher und weiblicher Mode mittels Schockeffekt hinaus. Gaultiers Modeschauen sind Events, die medial inszeniert sind. Seine provokanten Präsentationen (der Mann im Rock im Jahr 1984) tragen originelle Titel und seine Modelle, darunter beispielsweise die Wiederentdeckung des Korsetts (berühmt geworden durch seine "Muse" Madonna) finden reißenden Absatz.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Jell-O**

Eine seit 1897 bestehende US-Marke für Gelatine, später Pudding, Snacks und Nachspeisen, die heute zu Kraft Foods gehört.

### **Jellybean Benitez**

Ein New Yorker Musiker, DJ und Plattenproduzent namens John "Jellybean" Benitez (\* 1957), der in den 1980er-Jahren vor allem wegen seiner Liebesbeziehung mit Madonna bekannt wurde.

Siehe *Madonna*

### **Jenny B. Goode**

Ein renommiertes New Yorker Geschäft für Geschenkartikel und Zubehör aus aller Welt an der Lexington Avenue.

Siehe *SHOPPING*

### **Jeopardy!**

Eine US-Fernsehquizshow auf NBC seit 1964 unter dem Moderator Art Fleming, die 1984 mit Alex Trebek nach Jahren der Unterbrechung wieder aufgenommen wurde und 1990 als *Super Jeopardy!* ins Hauptabendprogramm kam. Alle heutigen Frage-Antwort-Fernsehshows sind auf dem damaligen Format aufgebaut: Die Spielenden beantworten Fragen, um Geld zu gewinnen.

### **Jetsons, The**

Eine US-amerikanische Zeichentrickserie (1962 auf ABC und mit Unterbrechungen auf anderen Kanälen bis 1987 laufend), die das "Gegenstück" zu Hannah Barberas Steinzeit-Zeichentrickserie *The Flintstones* (*Familie Feuerstein*) darstellte: *The Jetsons* sind George, Jane, Judy und Elroy, die in einer

<sup>1290</sup> Ellis Close, "Yellow-Peril Journalism: Is Latent racism coloring business coverage of Japan?" *Time* 27 November 1989: 79.

<sup>1291</sup> Ebda.

hochmodernen Welt des 21. Jahrhunderts leben. 1983 und 1987 wurden neue Folgen mit einem Kosetier namens Orbitty produziert, um die 23 Jahre alten Folgen der Zeit und deren Entwicklungen anzupassen.

### **JFK**

Eine Abkürzung für den Demokraten John Fitzgerald "Jack" Kennedy (\* 1917, † 1963), der von Januar 1961 bis zu seiner Ermordung im November 1963 als 35. Präsident der USA regierte.

### **JFK International Airport**

Eine Abkürzung für den im Jahr 1963 nach dem 35. Präsidenten der USA, John F. Kennedy benannten Flughafen für die Bundesstaaten New York und New Jersey. Er liegt an der Jamaica Bay im Südosten von Queens County in New York City.

### **Jicama**

Eine Hülsenfrucht aus Mexiko, Mittel- und Südamerika, die auch als mexikanische Kartoffel oder Rübe bezeichnet wird und deren Wurzeln roh oder gekocht gegessen werden.

### **Jill Stuart**

Eine US-amerikanische Modemarke für innovative Accessoires seit 1988 und für eine Kleidungsline ganz im *bohemian chic sportswear*, nach der gleichnamigen Begründerin (\* 1965).  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Joel, Billy**

Ein US-amerikanischer Pop-Pianist, Songtexter und Sänger (\* 1949), der nach vielen persönlichen Auf- und Abs und in verschiedenen Bands mit dem Album *The Stranger* (1977) zum von den Massen gefeierten Superstar und Grammy-Gewinner wird. Die 1980er-Jahre zeichnen ihn mit Platin und Gold und vielen Hits aus, bieten ihm als einem der ersten Stars der 1970er Auftritte bei MTV, führen zur Hochzeit mit dem Supermodel Christie Brinkley und 1987 zur großen Tour in die Sowjetunion mit einem Live-Doppelalbum. 1988 leiht Joel seine Stimme der Zeichentrickfigur Dodger in Walt Disneys *Oliver & Company*. 1989 erscheint sein 12. Studioalbum *Storm Front*, ein Top-Album, das einen Musikerwechsel in seiner Band bewirken sollte.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Jordan Winery**

Ein 1972 gekauftes und 1980 fertiggestelltes US-amerikanisches Weingut in Sonoma, Kalifornien, welches berühmt für seine Weine aus den beiden Rebsorten Cabernet Sauvignon und Chardonnay ist; die zwei französischen Rebsorten werden typischerweise im benachbarten Napa Valley angebaut. Den zitierten "85 sauvignon blanc" (AP 108) von Jordan gibt es nicht.

### **José & Maria Barrera**

Ein US-amerikanisches Modeschmuckunternehmen des gleichnamigen Designerpaares José und Maria, deren Schmuck in den 1980er-Jahren entdeckt wurde und das von 1989 bis 1996 exklusives, historisch-romantisch verspieltes Mode- und signiertes Schmuckdesign für Avon entwarf.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Joseph Abboud**

Eine US-amerikanische Marke für klassische, bequeme Herrenbekleidung im englischen Stil nach dem gleichnamigen Begründer (\* 1950).

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **"Joy to the world"**

Ein seit dem 19. Jh. nach Georg F. Händel adaptiertes englisches Weihnachtslied.

### **Juanita's**

Ein Restaurant mit neuer mexikanischer Küche in Union City (New Jersey), auf der von Manhattan (NYC) gegenüberliegenden Seite des Hudson River gelegen.

### **Junk bonds**

Ein englischer Börsenbegriff für "hochverzinsliche Anleihen" oder Schrottanleihen von Schuldnerinnen und Schuldner, die eine geringe Bonität, d. h. Zahlungsfähigkeit aufweisen. Dieses aus den USA

stammende Finanzinstrument ist eine Methode zur Kapitalbeschaffung für kleinere Firmen, um größere Unternehmen übernehmen zu können.

Siehe *Drexel Burnham Lambert* und *Insider trading*

### “Just Another Night”

Eine Hitsingle des Sängers der britischen Rockgruppe The Rolling Stones, Mick Jagger, aus dessen erstem Soloalbum *She's the boss* (1985), die mit einem Video auf MTV stark vermarktet wurde und Platz 12 in den US-Charts erreichte.

Siehe *Jagger, Mick*

### “Just say no”

Ein Schlagwort der 1980er, das aus dem Kontext gerissen “Just say no (to drugs)” die Indifferenz der reichen US-Bevölkerung sozial Schwächeren gegenüber illustrierte. Der Ausspruch geht auf die ehemalige First Lady Nancy Reagan zurück, die mit einer nationalen Anti-Drogen-Kampagne (1983) und jenem Schlagwort ihr Image als “verschwenderische” und “dem Leid der Armen gegenüber unsensible Person” zu verbessern versuchte.<sup>1292</sup> Ellis nimmt auch dazu Stellung: In einer Textpassage gibt der Yuppie McDermott seinen Kollegen den Tipp, bettelnden Menschen gegenüber einfach “Just say no” zu erwidern; allerdings beschränkt McDermott die “Effizienz” dieses Tricks auf “homeless, pregnant women” (AP 88), was ganz nebenbei ein ironischer Hinweis auf das Zunehmen der Teenagerschwangerschaften in den 1980er-Jahren sein könnte. Der nach dem 0815-Muster gestrickte Satz “Just say no” ist zwar markant, aber – wie eine weitere Textpassage in *American Psycho* zeigt – als solcher auch austauschbar und damit ideologisch besetzbar: Bateman streicht willkürlich einen Geschäftstermin und hält seine erstaunte Sekretärin Jean an, ihn mit “Just say no” zu entschuldigen. (AP 64, 149) Ellis verweist mit diesem Zitat auch auf den New Yorker Bürgermeister Ed Koch, der mit folgender Bemerkung, bettelnden Menschen keine Almosen zu geben, eine öffentliche Debatte auslöste: “If you feel guilty, see a priest.”<sup>1293</sup>

Siehe *Reagan, Nancy* und *REAGAN, RONALD*

## K

### K-Swiss

Eine US-amerikanische Marke für starke, schnelle und langlebige Sportschuhe, kreiert von zwei Schweizer Brüdern, die nach ihrer Emigration nach Südkalifornien zu eifrigen Tennisspielern wurden und 1966 den ersten ledernen Tennisschuh namens “classic” mit speziellen Sohlen und Einlagen schufen.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### Kaposi's sarcoma

Ein seltener, tödlicher Hautkrebs, das Kaposi-Sarkom, das 1872 von Moritz Kaposi (zuvor mit dem Nachnamen Kuhn), einem berühmten Habsburger Dermatologen, erstmals entdeckt worden war und mit AIDS Anfang der 1980er-Jahre breite Bedeutung bekam.

Siehe *AIDS und Homophobie*

### Karaoke

Ein japanischer Begriff aus den zusammengesetzten Wörtern *Kara* (auf Deutsch “leer”) und *Oke*, einer Abkürzung für Orchester, der eine beliebte Freizeitbeschäftigung in Asien mit Ursprung im Japan der 1970er-Jahre bezeichnet. AmateursängerInnen singen zu Karaoke-CDs, das sind Aufnahmen bekannter Musiktitel ohne Singstimme. Der fehlende Text erscheint auf dem Bildschirm und wird anstelle der fehlenden Singstimme mitgesungen. In den 1980er-Jahren hat sich Karaoke als beliebte Freizeitbeschäftigung auf Partys, in eigenen Hotelzimmern, Clubs oder Restaurants weltweit, insbesondere in den USA, durchgesetzt.

<sup>1292</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 286.

<sup>1293</sup> Fox Butterfield, “New Yorkers Growing Angry Over Aggressive Panhandle,” *The New York Times* 29 July 1988: A1.



### **Karl Lagerfeld**

Ein deutscher Modeschöpfer, Designer und Fotograf (\* 1933, † 2019). „Karl der Große“ mit der dunklen Brille, dem Fächer und dem Pferdeschwanz war zugleich Aushängeschild und *Enfant Terrible* für *Prêt-à-Porter*-Mode in Paris. Der Hamburger lebte seit jungen Jahren in Paris und machte wegen seines Talents und Wunschs, Modedesigner zu werden, eine Schneiderlehre bei Pierre Balmain. Als Modedesigner für Jean Patou arbeitete er nebenbei für Krizia, Valentino und später mit Pelzkollektionen für Fendi. Dann folgten viele Jahre als Chefdesigner für das Haus Chloé, wo er 1972 mit seiner Deco-Kollektion – durchdachten Schwarz-Weiß-Kombinationen, vom Art Déco inspiriert – begeisterte. 1975 kreierte er seine eigenen Parfüms (von Chloé zu Lagerfeld Photo & Jako) und ließ sie über Elisabeth Arden vertreiben. Nach einigen Jahren selbständiger Arbeit übernahm er 1983 das Traditionshaus für Haut Couture weltweit – Chanel. Zeitgleich kreierte Lagerfeld seine eigene, gleichnamige Marke, die intellektuell wie sexy wirken sollte: In strengen Schnitten wurden bequeme bunte Wollstrickjacken mit locker geschnittenen Strickwaren kombiniert. Für das elegante Chanel-Modehaus schaffte er in den 1980er-Jahren eine Mischung aus Vorkriegs-Chanel-Mode und Gegenwartsmode und kennzeichnete Chanel-Produkte mit einem überarbeiteten 'C', was das Pariser Modehaus auf den Höhepunkt seiner Haute Couture-Karriere brachte. Lagerfelds Erfolg lag in seiner Fähigkeit, Neues und Grenzüberschreitendes auszuprobieren und dieses humorvoll wie verwegen zu erklären. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Kashif**

Ein US-amerikanischer Sänger, Texter, Keyboarder und Produzent mit bürgerlichem Namen Michael Jones (\* 1959, † 2016) aus Harlem/NYC, der mit einer neuen, tragbaren Synthesizer-Technologie die R&B-Musik revolutionierte. Mit der Gründung seiner Produktionsfirma Mighty M Productions frischte er R&B-Music mit einem Synthesizer auf und vermochte neu klingende Hits zu produzieren. Mit dem New England Digital Synclavier begann Kashif Saleem zu „samplen“, verschiedene Instrumente und Hintergrundmusik zu simulieren und Stimmpassagen zu kopieren, was eine völlig neue Art der Musikproduktion bewirkte, heute aber Standard ist. Sein Können brachte ihm 1983 einen Vertrag mit Arista Records und ab 1985 die Zusammenarbeit mit Whitney Houston, welche zu Whitneys erstem Song „You Give Good Love“ und zweitem Song „Thinking About You“ und einem 17-millionenfach verkauften Debütalbum *Whitney Houston* führen sollte. Er selbst produzierte 17 R&B-Hitsingles und vier Top-40-Alben, nahm verschiedene Duette u. a. mit Dionne Warwick auf und produzierte zwei eigene Alben mit dem gleichen Titel *Kashif*. Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Keillor, Garrison**

Ein US-amerikanischer Autor (\* 1942), der in seinen Büchern über das Leben der „kleinen“ Leute in Amerika schreibt. Als Humorist, Komödiant und Radiomoderator wurde Gary Edward Keillor mit seiner Radioshow „A Prairie Home Companion“ auf Minnesota Public Radio (1974–87, 1989–2016) amerikaweit bekannt; die Show ist zum Markenzeichen für gute Unterhaltung geworden.

### **Keiser**

Eine seit der Gründung der gleichnamigen Firma 1977 bestehende US-Marke für pneumatische Fitnessgeräte im Profi- und Amateurbereich. Siehe *KÖRPERKULT in den 1980ern*

### **Kellogg School, The**

Eine der weltweit besten US-amerikanischen Business Schools, The Kellogg School of Management, die Teil der Northwestern University (1851) in Evanston, Illinois, ist und 1908 gegründet wurde.<sup>1294</sup>

### **Kelly, Patrick**

Ein afroamerikanischer Modeschöpfer (\* 1954, † 1990), der als erster US-Amerikaner von der *chambre syndicale du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode* (Berufskammer für Konfektionskleidung von Schneiderinnen und Schneidern und von ModedesignerInnen) aufgenommen und nach einem Wanderleben auf der Straße, wo er seine fantasievollen Kreationen verkaufte, Mitte der 1980er-Jahre von *Elle* entdeckt wurde. Er entwarf für sich selbst und für Benetton und verstarb 1990 an den Folgen von AIDS. Siehe *MODE in den 1980ern*

<sup>1294</sup>

„Home,“ *Kellogg School of Management*, [www.kellogg.northwestern.edu](http://www.kellogg.northwestern.edu).

### **Kennedy, Charles J.**

Ein US-Ingenieur und Gründer von Kennedy Co. 1958 in Pasadena, CA. Das Unternehmen, das sich auf hochtechnologische Computerprodukte und deren Design spezialisiert hatte, wurde später in der Produktion von digitalen Kassetten und CDs weltführend. 1980 zieht sich Kennedy aus dem Unternehmen zurück und verkauft es später an Allegheny International.

### **Kennedy, Laurie**

Eine US-amerikanische Schauspielerin (\* 1945), die seit den 1970ern mit kleinen und insbesondere in den 1980ern mit größeren Rollen vor allem in Sitcoms oder TV-Serien (*Emergency! Homicide: Life on the Street, Law & Order*) sowie in Fernsehfilmen (wie *Diary of the Dead, Choices, The Love Letter, Twisted*) bekannt wurde.

### **Kenny G**

Ein US-amerikanischer Saxofonist mit bürgerlichem Namen Kenneth Bruce Gorelick (\* 1956), der das Genre des Jazz mit dem "smooth" Jazz und weicheren Melodien für ein Mainstream-Publikum erweiterte und den Musiker damit in die Pop-Charts brachte. Nach verschiedenen Musikprojekten ab Mitte der 1970er erhielt Kenny G. einen Vertrag bei Arista mit einem Debütalbum 1982, dem weitere folgten. *Duotones* 1987 mit "Songbird" machte ihn zu einem Star, der bei Aretha Franklin, Whitney Houston und Natalie Cole auftrat und seither Millionen von Alben verkauft hat.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Kent, G. B. & Sons**

Ein britisches Unternehmen, das seit 1777 Bürsten für alle Zwecke produziert und Hoflieferant des englischen Königshauses (*Royal Warrant*) ist.

### **Kent School**

Ein exklusives US-amerikanisches Privatgymnasium in Kent, Connecticut, das 1906 vom Geistlichen Frederick H. Sill zur geistigen und körperlichen Ertüchtigung sowie Vorbereitung von Jungen auf das Leben gegründet wurde. Seit den 1950er-/1960er-Jahren sind auch Mädchen zugelassen. Diese auf das College vorbereitende Schule steht der episkopalen Kirche nahe.<sup>1295</sup>

### **Kentshire Galleries**

Ein 1940 gegründetes, in den USA führendes New Yorker Handelsgeschäft mit Ausstellungsräumen für feines englisches Mobiliar und Zubehör ab dem späten 17. Jahrhundert und für exklusiven antiken Schmuck ab der viktorianischen Zeit.

### **Kentucky Derby**

Ein klassisches Galopprennen für dreijährige Zuchtpferde seit 1875 in Louisville, Kentucky, am ersten Samstag im Mai. Diese Pferderennenveranstaltung mit geschätzten 200.000 BesucherInnen bildet den Abschluss des zweiwöchigen Kentucky-Derby-Festivals.

### **Kenwood**

Ein 1946 gegründetes japanisches Elektronik-Unternehmen (im Audio- und Multimedia- sowie Kommunikationsbereich), das 1980 in den Autoradiobereich eintrat, Kenwood als Marke etablierte und seit 1987 nach der Börse in Tokio auch an der von Osaka gelistet ist.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Kenzo**

Eine französische Prêt-à-porter-Marke des gleichnamigen japanischen Modeschöpfers Kenzō Takada (\* 1939, † 2020), die eine Kombination aus japanischen Formen, Materialien und traditionellen Zeichnungen und dem europäischen Stil darstellt und seit ihrer Gründung 1970 den internationalen Markt für Herren-, Damen- und Kindermode sowie für Wäsche, Accessoires und Füllfedern prägt.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Key West**

Eine Hauptinsel der Florida Keys, einer Kette aus über 200 Koralleninseln an der Südspitze der Halbinsel Florida, die mit dem Festland der USA über eine Brücke verbunden ist. Die Stadt Key West – die südlichste Stadt Floridas und am südwestlichen Ende der Inseln gelegen – ist für ihren historisch

---

<sup>1295</sup>

*Kent School* | Home, [www.kent-school.edu](http://www.kent-school.edu).

verwurzelten Freigeist bekannt. Letzteren hatte Key West mit ihrer politischen Eigenständigkeit während des amerikanischen Bürgerkrieges und mit der Geschichte der Piraterie und des Zigarrenhandels mit Kuba bewiesen. 1982 deklarierte sich Key West aus Protest gegenüber einer Blockade des United States Border Patrol illegaler Immigrantinnen und Immigranten kurzfristig zur Conch Republic. Diesen Kosenamen trägt die Stadt bis heute. Zusammen mit dem Slogan "One Human Family" zieht Key West neben Urlaubsgästen insbesondere Homosexuelle und Kunstschaffende an und feiert sich jährlich am 23. April als Conch Republic in einer Independence Celebration.

### **Kidder Peabody & Co Inc.**

Eine 1865 von Henry P. Kidder, Francis H. Peabody und Oliver W. Peabody in Massachusetts gegründete US-amerikanische Bank, die in den 1980er-Jahren im Investitions- und Vermittlungs- sowie Handelsgeschäft tätig war und in den 1970er-Jahren als eine der ersten Wall Street-Banken auch eine Wirtschaftsforschungsabteilung aufbaute. 1986 wurde die Bank an General Electric verkauft. Ein Insiderhandel-Skandal führte zusammen mit einem Anleihen-Skandal 1994 zur Übernahme der Bank durch die Investmentbank PaineWebber und der Aufgabe ihres Namens. Price verwechselt den Namen der Firma mit "Kicker Peabody" (AP 49).

Siehe *Insider trading*

### **Kieselstein-Cord, Barry**

Ein US-amerikanischer Künstler (\* 1943) und Designer für ausgefallenen Luxus-Schmuck und Accessoires als Statussymbole seit 1972, bei dem die Grenzen zwischen Kunst und Artefakt überschritten werden und die mittlerweile zu beliebten Ausstellungsobjekten in weltberühmten Museen wie dem Louvre in Paris geworden sind. Kieselstein-Cords gezeichnete, datierte und mit einem Copyright versehene Werke haben sich zudem zu beliebten Auktionsstücken und damit zu Investitionsobjekten entwickelt und sind vom Künstler und weniger vom Designer Barry Kieselstein-Cord geprägt.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Kir**

Ein klassischer französischer Cocktail auf Champagner- oder Weißweinbasis mit einem Maß Crème de Cassis oder anderer roter Sirupe nach einem gleichnamigen Major aus dem Burgund. Der Kir Royale mit Champagner und einem Schuss Crème de Cassis gilt als Top-Aperitif.

### **Kirin**

Eine japanische Biermarke der 1885 gegründeten Japan Brewery Company, Ltd., heute Teil des Mitsubishi-Unternehmens, deren Name auf ein japanisch-chinesisches Fabeltier, halb Pferd, halb Drache, auch ein Glückssymbol zurückgeht. In den 1980er-Jahren wurde eine Kirin Light-Version auf den Markt gebracht, seit 1983 hat Kirin auch einen Sitz in den USA.

Siehe *JAPAN*

### **Kleenex**

Eine US-amerikanische Marke des Konzerns Kimberly, die zum Synonym für ein "Papiertaschentuch" bzw. "dünnes Kosmetiktuch" wurde.

### **Knickerbocker Club**

Ein 1845 durch Alexander Cartwright ins Leben gerufener exklusiver Gesellschaftskreis in New York City und heutiger US-Club namens Knickerbocker Base Ball Club. Die Mitglieder trafen sich dabei zu einem lockeren Baseball-Spiel im Frühjahr und Sommer. Diese Treffen im Club und der starke Akzent der Spieler führten dabei zur erstmaligen offiziellen Festlegung der Baseballregeln und etablierten Cartwright als einen der Baseball-Pioniere.

Siehe *Baseball*

### **KÖRPERKULT in den 1980er-Jahren: "You can always be in better shape"**

Die Dekade der 1980er war von Aerobic und Bodybuilding geprägt. Diese zwei Formen der körperlichen Betätigung gründeten auf der Machbarkeit des eigenen Körpers zugunsten einer vorgegebenen Idealfigur. Während Aerobic ein Gemeinschaftssport unter Anleitung einer vortanzenden Person mit einem ähnlichen, der Mode unterworfenen Outfit ist, ist Bodybuilding ein "einsamer" Sport unter Zuhilfenahme von Geräten; eine Trainerin bzw. ein Trainer erstellt ein individuelles Trainingsprogramm für die einzelnen Körperpartien. Die Musik, die aus dem Walkman oder der Stereoanlage strömt, wirkt dabei als "berieselnde" Hintergrundmusik. Bei Aerobic ist die Musik wiederum ein gezielt eingesetztes Mittel zum Zweck, da sie die Wiederholung in der Bewegung bzw. eine kleine Tanzabfolge begleitend

leitet. Aerobic wurde über Jane Fondas *Workout Book* (1981) und die folgenden Work-out-Videos der Schauspielerin populär und ab Anfang der 1980er-Jahre per Fernsehen und vor allem über VHS, Video zum US-weiten Breitensport. Der Erzählerprotagonist von *American Psycho*, Patrick Bateman, ist von der Vorstellung eines perfekten Körpers besessen und sucht sich unentwegt Bestätigung bei den Frauen: “I pull my Armani shirt up and place her [Evelyn’s] hand on my torso, wanting her to feel how rock-hard, how *halved* my stomach is, and I flex the muscles, grateful it’s light in the room so she can see how bronzed and defined my abdominals have become.” (AP 23) Der Romantitel *American Psycho* selbst kann als filmische Anlehnung an *American Gigolo* (1980) mit Richard Gere in der Hauptrolle eines großspurigen mode- und körperbewussten Gigolos (Strichjungen) gesehen werden. Ellis führt Batemans Körperkult – repräsentativ für diese Entwicklung in den 1980ern – immer wieder ad absurdum: “I want Helga [Bateman’s skin technician] to check my body out, notice my chest, see how fucking *buff* my abdominals have gotten since the last time I was here [two days earlier], even though she’s much older than I am – maybe thirty or thirty-five – and there’s no way I’d fuck her.” (AP 114) Bateman trainiert seinen Körper unentwegt – daheim oder im Fitnessstudio immer unter Zuhilfenahme von Fitnessgeräten: “[...] There is a direct line that runs from the medieval instruments of torture, via the industrial movements of production line work, to the techniques of schooling the body by using mechanical apparatuses”<sup>1296</sup> Die masochistische Tendenz den eigenen Körper zu beherrschen, die der Philosoph Jean Baudrillard auch als extreme Selbstentfremdung beschreibt, wird in *American Psycho* zu purem Sadismus; Batemans Versuche die eigene Selbstentfremdung – die emotionale Distanziertheit eines Serienmörders – mittels extremer Körperbeherrschung zu überwinden, können nur scheitern. Im Kapitel “Working Out” beschreibt Bateman das Image eines perfekten, durchtrainierten Körpers und kontrastiert dieses mit drei kürzlich herausgeschnittenen, teilweise gewaschenen und geschmückten Vulven, die er in seinem Umkleidefach eingeschlossen hat. Damit distanziert sich Bateman zwar ganz bewusst von den zerstückelten Körperteilen, zeigt aber gerade im Versuch, sich künstlich von seinen Opfern abzugrenzen, die Entfremdung vom eigenen Körper. Durch den Text hindurch quält, zerstückelt und konsumiert Bateman seine Opfer. Am krassesten tritt dieser Akt der Selbstdistanzierung zutage, wenn der Schmerz oder Schaden, der anderen zugefügt wird, dementiert wird und jegliches (Mit-)Gefühl fehlt. Das ist sowohl bei Bateman der Fall wie auch in seinem Yuppie-Kreis erkennbar. Auf die politische Ebene transportiert wird diese Entfremdung mit der Dokumentation der sozialen Unverantwortlichkeit und Gleichgültigkeit gegenüber Anderen und der eigenen Ego-Bezogenheit in der Ära erkennbar. Zur politischen Bedeutung des Körperkultes in den 1980er-Jahren zeigte der britische Literatur- und Kulturwissenschaftler Gary Day auf, dass das Phänomen Bodybuilding gerade in einer Zeit auftritt und Körperkraft demonstriert, wo diese nicht mehr gebraucht wird, da die Technik die vormalige Körperarbeit übernommen hat.<sup>1297</sup> Sollte, so Day weiter, das Bodybuilding in einer Zeit, wo (Schreibtisch-)Arbeit nicht mehr schmutzig macht, wieder Macht über den eigenen Körper verleihen, Selbstbeherrschung und Verbundenheit demonstrieren? Gerade diese Abkoppelung von jeglicher “echter” Körperarbeit führe aber dazu, dass mit der artifiziellen Körperarbeit – dem Bodybuilding – der Körper ausschließlich als ästhetisches Objekt betrachtet und entwickelt werden kann; der Bodybuilder mit seinem durchtrainierten Körper – zumeist sind es Männer, die den Sport in den 1980er-Jahren betreiben – wird in einer Welt der Technik dabei ironischerweise zum Sinnbild für den Menschen:

[...] And it is as an aesthetic object that the bodybuilder becomes a sign of human presence in a world where, ironically, the focus is moving away from the human to the marvels of technology. [...] although technology is connected with alienation it can also be interpreted as that which completes, which ensures that the human is, in fact, human. [...] The bodybuilder too [compared to *Rambo* and his filmic presentation] appears in magazines either with simple weights or with more sophisticated equipment [they are associated with freedom and power, the very qualities needed for full self-realization] without which he would not exist as a bodybuilder [or as *Rambo*].<sup>1298</sup>

Die Körperwahrnehmung des Bodybuilders findet nun über Fitnessgeräte und Gewichte, also über mechanische Apparate, statt, die mit persönlicher Machbarkeit und Freiheit assoziiert werden. Absurderweise wird nun über und mittels Technik die eigene bzw. menschliche Selbstbestätigung impliziert und steuerbar, Day:

[...] The inflated flesh may be a sign that technology has liberated the body in one respect, only to enslave it in another. [...] The bodybuilder signifies the interior made exterior and as that exterior is dependent on technology so too is the interior which it has become. Through being externalized the interior is mechanized. Inner life is thus not only made visible but it is also, through its association with the mechanical, made predictable and adjustable.<sup>1299</sup>

<sup>1296</sup> Baudrillard, 38.

<sup>1297</sup> Gary Day, “Pose for Thought: Bodybuilding and Other Matters”, *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?*, ed. Gary Day (New York: St. Martin’s Press, 1990) 55 ff.

<sup>1298</sup> Ebda., 56.

<sup>1299</sup> Ebda.

Diese Verbindung, die der Bodybuilder mit der Technik zur Machbarkeit des eigenen Körpers eingeht, macht den Bodybuilder nach Day schlussendlich von der Selbstbestätigung der Gesellschaft und deren Körperdiktat abhängig. Die Obsession mit dem eigenen Körper karikiert Ellis auf verschiedenen Ebenen, unter anderem wieder mit einem Populärkulturtext aus dem Jahr 1987; der Hinweis darauf ist wiederum nur durch ein intensives Lesen verständlich: Auf dem U2-Konzert, wo Bateman eine mysteriöse körperliche Anziehung und eine erotische Verschmelzung mit dem Sänger Bono erfährt, was als ein weiterer Hinweis auf Batemans latent vorhandene Homosexualität gelten kann, erwähnt sein größter Konkurrent Paul Owen, dass er einen Cousin habe, der *trim coordinators* (Bodyguards, die sexuelle Begegnungen arrangieren) im Club "All We Need of Hell" managt (AP 147). Der Clubname selbst ist fingiert, lenkt das Interesse der LeserInnen jedoch gezielt auf den gleichnamigen Roman von Harry Crew<sup>1300</sup> über den Körperkult und sonstige Oberflächlichkeiten der 1980er-Jahre. Der Körperfetischismus seit den 1980er-Jahren illustriert exemplarisch die entstandene Selbstentfremdung des Einzelnen im Zeitalter des Hyperkonsumismus.

### **Koos Van Den Akker**

Ein holländischer Modeschöpfer (\* 1939, † 2015), der in den 1970er-Jahren in den USA mit seiner Idee, Materialien, Muster und eine breite Farbpalette spontan zu kombinieren, den Kunstbegriff der "Collage" prägte und für das "Koos"-Design der Bill Cosby-Sweater in den 1980er-Jahren berühmt wurde. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Korbel**

Eine US-amerikanische Schaumwein-Marke. Das 1882 gegründete Weingut in Guerneville im kalifornischen Sonoma County zählt mit seinen Produkten in den USA zu den meistverkauften Schaumwein-Marken nach der Champagner-Methode. Ein "Korbel-Champagner" wird aus Tradition bei vielen offiziellen Anlässen gereicht, so zum Beispiel bei mehreren Olympischen Spielen oder bei den Einweihungsfeiern der US-Präsidenten Ronald Reagan, George Bush, Bill Clinton und George W. Bush, für den auch eine eigene "Special Inaugural Cuvée" kreiert wurde.

### **Kostabi, Mark**

Ein US-Künstler und Komponist (\* 1960), der 1982 von Kalifornien nach New York zog und bereits 1984 als einer der führenden Kunstschaffenden des East Village galt. Er wurde mit seinen Selbst-Interviews bekannt. Darin thematisierte er das Konzept der zeitgenössischen Kunst als Ware und entwickelte sich ob des geweckten Medieninteresses zur umstrittenen Kultfigur. Mit der Gründung von KOSTABI WORLD im Jahr 1988 errichtete der Künstler, inspiriert von Rubens, Warhol und Disney, einen Komplex aus Neo-Renaissance Studio, Galerie und Büroräumen, in welchem er kreative Köpfe und ihm Assistierende als freie Mitarbeitende beschäftigte. Kostabi World ist heute eine Kunstproduktionsstätte, die für Bilder, Grafiken und Plattencover verantwortlich zeichnet, aber auch Massenartikel wie Swatch-Uhren (ver)ziert. Markenzeichen der Kostabi-Bilder sind die gesichtslosen Figuren und die Original-Kostabi-Signatur. Erst diese Unterschrift macht das nach der Idee und Ausführung von internen Kreativen und angestellten Assistentinnen und Assistenten und Prüfung durch eine eigene interne Qualitätssicherungskommission erstellte Produkt zum Kostabi-World-Produkt. Kostabi komponiert heute auch Musik und ist weltweit in den permanenten Ausstellungen vieler großer Museen (z. B. MOMA) vertreten.

Siehe *KUNST in den 1980ern*

### **Kott, Jerry**

Ein US-amerikanischer Schmuckdesigner, Künstler und Handwerker, ein Macher seit 1975, der ab Anfang der 1980er-Jahre unorthodoxe Materialien zu Mainstream-Objekten veränderte und dabei von allen wichtigen Lifestyle-Zeitschriften der Welt bejubelt wurde. Sein Portfolio erweiterte er im Laufe der Jahre um das Design von Einrichtungsgegenständen.

### **Kramer, Jim**

Ein US-amerikanischer Unternehmer, Drehbuchautor, Produzent und Regisseur, James Joseph Cramer (\* 1955), der in den 1980er-Jahren gedrehten Fernsehserien wie die im Krankenhaus spielende Seifenoper "St. Elsewhere" (1982–88), "Moonlighting" (1985–89), "Hopperman" (1987–89) und "Midnight Caller" (1988–91). Der Harvard-Absolvent und angehende Rechtsanwalt James J. Cramer (Jim Cramer) arbeitete zunächst als Reporter und berichtete 1978 über den Serienmörder Ted Bundy

<sup>1300</sup>

Harry Crew, *All We Need of Hell* (New York: Harper & Row, 1987)

und weitere (Mord-)Fälle, bis er 1984 sein Interesse für die Börse als Hedgefonds-Manager mit dem Cramer&Co-Fonds und später mit seiner eigenen Firma The Street.com, Inc. in die Praxis umsetzte.

### **Krizia**

Eine 1954 geschaffene Modemarke der italienischen Designerin Mariuccia Mandelli (\* 1925, † 2015) und ihrem Partner Aldo Pinto. Der Fantasienname stammt von einer Figur namens *Crizia* in einem Dialog von Plato über die Eitelkeit. Krizia steht für Experimente mit neuen Materialien, geometrisch angelegten Mustern und Kombinationen sowie für ausgefallene Accessoires. Zunächst nur für Frauenmode, gibt es seit den 1980er-Jahren auch eine Marke für Männer, Krizia Uomo.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **KULTUR in den 1980er-Jahren: Die Auseinandersetzung wird ideologisiert und polarisiert**

Das Kulturklima der 1980er-Jahre reflektierte perfekt die politische Kultur des *Reaganism*, welche von einer Polarisierung zwischen liberalen und konservativen Kräften zugunsten eines verstärkten Konservatismus geprägt war. Grundlage für diese starke Polarisierung, die die Form eines Kulturkrieges annehmen sollte, war die Verschmelzung religiöser und politischer Kräfte in der Reaganschen Regierungszeit. Ausgangspunkt für diese Polarisierung waren anarchistische Werke einiger Künstler wie Robert Mapplethorpe beispielsweise, der mit dem sogenannten *brutalic chic* – seine Aktfotos zeigten offen Sex, Exzess, Begierde und Dominanz – auf der einen Seite den Zeitgeschmack der Avantgarde und des Jet Sets traf, auf der anderen Seite die Konservativen schockierte und verärgerte. In der Folge wurde eine Debatte über den Stellenwert von Kunst und über das Zusammenspiel von Kunst, Gesetz und Regierung ausgelöst.<sup>1301</sup> Während die Steuerpolitik Reagans die Privatausgaben für Kunst ansteigen ließ, wurde zugleich die Regierungsunterstützung für die Kunstförderung drastisch reduziert. Die Neue Christliche Rechte bemühte sich unentwegt, „subversive“ Bücher, Filme, Musikaufnahmen und Kunstwerke zu zensurieren. Bekämpft und diskreditiert wurden alle, die mit der offiziellen Regierungspolitik nicht konform gingen. Gegnerinnen und Gegner des Reaganschen Programms wiederum nutzen radikale Taktiken aus den 1960ern, um ihrerseits Protest zu üben oder die Gegenseite zu spalten. Streitthemen fanden sich im liberalen Erbe wie in der aktiven Gleichberechtigungspolitik, im Feminismus und in den Homosexuellenrechten. KünstlerInnen, die an den Straßenpolemiken der 1960er-Jahre beteiligt waren, wie Cindy Sherman, Jenny Holzer, Barbara Kruger und Keith Haring, attackierten den Konformismus der 1980er-Jahre in Wort und Bild. Die Konservativen (wie auch die Frau des Demokraten Al Gore, Tipper Gore) reagierten auf Kulturkritik mit Zensur, indem sie zum Beispiel das Parents' Music Resource Center (PMRC) gründeten und „subversive“ Inhalte in der Rockmusik kennzeichnungspflichtig machten. Zugleich wurde die voreingenommene Meese Pornografie-Studie veröffentlicht und jegliche Form von öffentlicher Kulturförderung angegriffen. Weiters wurden Bücher über die Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte des Menschen bzw. zur Sexualkunde zusammen mit zuvor nicht umstrittenen Klassikern von John Steinbeck, F. Scott Fitzgerald und J. D. Salinger aus den Schulen verbannt; viele dieser Fälle endeten allerdings in Gerichtsurteilen zugunsten einer freien Meinungsäußerung. Aber auch andere Gesellschaftsbereiche sollten in den 1980ern von verschiedenen Interessengruppen besetzt und zum Gegenstand heftiger, ausschließlich ideologischer Diskussionen werden. In jedem Fall aber wurde alles und jede bzw. jeder politisiert, weswegen Ellis mit seinem umstrittenen Roman *American Psycho* keine Ausnahme bleiben durfte, sondern sogar erfolgreiches Beispiel für das Üben von „subversiver“ Kritik im Zeitalter des Hyperkonsumismus werden würde.

Siehe *Teil I zum Hyperkonsumismus; KUNST in den 1980ern* und *PORNOGRAFIE in den 1980ern*

### **KUNST in den 1980er-Jahren: Kommerz prägt die Bedeutung des Werks**

Der Umgang mit Kunst sollte sich mit dem Eindringen der Marktideologie in alle Lebensbereiche und den gentrifizierten, luxussanierten Künstlervierteln wie SoHo und TriBeCa auch im East Village in New York in Richtung Kommerzialisierung wandeln: „There is a significant and potentially profitable audience for even the most radical, shocking, and disturbing works of art – even those art works whose avowed purpose is the demolition of the capitalist system itself.“<sup>1302</sup> Kunst wurde zur Ware und von einer jungen, profitgierigen Galerieszene geschickt vermarktet. Die Yuppies waren maßgeblich an diesem Wandel in SoHo beteiligt. Sie glaubten, sich durch ihre Kaufkraft und ihre Gier nach *hipness*, *newness* und *trendiness* mit den Werken von „In-Künstlerinnen und Künstlern“ oder von „In-Objekten“ soziales Prestige erkaufen zu können:

<sup>1301</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, Seite IX und 47 über den Kulturkrieg in den 1980ern.

<sup>1302</sup> Larry McCaffery, „Everything Is Permitted: The Post-Pynchon Postmodern American Fiction,“ *Positive [Toyko]* 1 (Spring 1991): 248.

Much of American art in the 1980s was shaped by and responded to the consumerism and feel-good conservatism of the Reagan era. The wealth and prosperity enjoyed by upper- and middle-class Americans brought about tremendous growth in the art market, particularly in New York City, as Americans rushed to invest in art. Between 1983 and 1985 more than one hundred galleries opened in the East Village. Gallery sales in 1984 alone exceeded \$ 1 billion. That year 50% of all auction transactions were under \$ 1,000; only four years later the average price paid for a work of art had risen to between \$ 7,000 and \$ 11,000. [...] During the decade a few private collectors saw the works they owned appreciate in value by as much as 700%. [...] Sponsorship: A Manhattan real-estate boom stimulated growth in corporate art sponsorship.<sup>1303</sup>

Bret Easton Ellis verweist mit den in *American Psycho* erwähnten Kunstwerken auf eine solche Entwicklung, auf Kunstskandale sowie konkret auf "VermarktungskünstlerInnen" aus den 1980er-Jahren, aber auch auf das dubiose Kunstverständnis von Kunstkaufenden: Bateman verehrt David Onica. Dieser Künstler durchzieht leitmotivisch den Text, allerdings ist er selbst eine Erfindung von Ellis, wahrscheinlich an den amerikanischen Maler David Salle angelehnt (siehe auch den Eintrag zu *David Onica*): Bateman ist stolzer Besitzer eines "original David Onica" (AP 24). Als bei einem Abendessen mit Courtney, Ann und Scott Smiley im Kapitel "Deck Chairs" Ann in die Runde fragt, ob jemand die "recent David Onica exhibit" (AP 98) gesehen habe, übt sich Bateman, der ganz nebenbei Courtneys Herausplatzen "inszeniert", dass er, Bateman, einen "Onica" besitze, in feiner, gespielter Zurückhaltung. Der Preis von 50 000 US-Dollar steht plötzlich im Raum, auch wenn es letztendlich "nur" 12 000 US-Dollar werden. Doch Bateman hat bei Ann und Scott Smiley bereits Eindruck geschunden. Zum hohen Preis meint Bateman, dass dieser berechtigt sei, denn "Well, I think his work . . . it has a kind of . . . wonderfully proportioned, purposefully mock-superficial quality." I pause, then, trying to remember a line from a review I saw in *New York* magazine: "Purposefully mock. . ." (AP 99) Bateman erwähnt den Künstler noch öfters, und zwar über folgende, Onica zugeteilte Details: "Onica, minimalist" (AP 218); "the new Onica" (AP 326). Bateman ersetzt eines Tages (innerhalb von zwei Jahren) seine Gemälde mit neuen Gemälden: "a new Frank Stella print for the bathroom arrives on Wednesday. . . The Onica, which I'm selling, is being replaced by a new one: a huge portrait of a graphic equalizer done in chrome and pastels." (AP 308) Ganz im Sinne einer hyperkonsumistischen Lebensweise unterliegen die Bilder einem Produktzyklus und sind nach einiger Zeit obsolet. Wert hat nicht die Kunst an sich, sondern das vermittelte Image, das einem Konsumzyklus bzw. Lebenszyklus unterworfen ist. Als Bethany feststellt, dass Bateman den "David Onica" (AP 244) falsch aufgehängt hat und lacht und damit auf seine Ignoranz anspielt, ist dieser Gesichtsverlust (= Imageverlust) für Bateman letztendlich ein weiterer Grund, sie umzubringen. Batemans Beschreibung seines David Onica-Bildes – eine nackte Frau liegt auf einem Sofa und schaut MTV – könnte dabei als Anspielung auf die 1986 entdeckte, Kontroversen provozierende "Helga"-Serie mit einem Akt des Malers Andrew Wyeth zu verstehen sein, auf dem die blonde Frau namens Helga eine Hausfrau aus Pennsylvania sein soll. Oder aber es ist ein Hinweis auf ein Bild des zeitgleich gehypten David Salle. Bateman hat in seinem Büro ein "George Stubbs painting" (AP 65, 267) hängen, welches ihm ein klassisches englisches Herrenimage verleiht. In Batemans Firma *Pierce & Pierce* gibt es einen "hangover [Rainer] Wittenborn" (AP 64) und auf seiner Flucht vor der Polizei im Kapitel "Chase, Manhattan" erkennt Bateman an einem "huge Julian Schnabel" (AP 351) in der Eingangshalle, dass er im falschen Bürogebäude ist. Der junge Neo-Expressionist Julian Schnabel wurde durch und mit seiner jungen New Yorker Galeristin Mary Boone – ein Ziehkind des berühmten Leo Castelli – zum "ersten" Superstar der Dekade und damit zum Millionär. Schnabel über seine Kunst: "Painting makes me feel that I don't have to kill myself. If I didn't do what I'm doing I might as well lie down and die – or become a stockbroker". Neben Julian Schnabel steht auch Robert Longo für eine großflächige höchstdotierte Kunst in den 1980ern. Bateman trägt eine "Matisse-inspired" (AP 72) blaue Seidenkrawatte von Bill Robinson. Die Fotografin Cindy Sherman, seit den 1960ern als radikale Feministin und Bürgerrechtlerin aktiv, attackierte mit ihren "spooky photographs" (AP 279) zwar den Konformismus der 1980er-Jahre, schmückt im Text dann aber zusammen mit einem neo-expressionistischen, erotischen "Eric Fischl painting" (AP 280) das minimalistisch eingerichtete Haus von Tim Price in den Hamptons: Subversive Kunst ist hip, wird wegen ihrer "Subversion" gekauft und damit ganz einfach vereinnahmt. In der Wohnung seines Mordopfers Paul Owen stellt Bateman an anderer Stelle fest: "the living room is very spare, minimalist". Der 1960er-Minimalismus, einst oberflächenbetonte Gegenstrategie zum abstrakten Expressionismus und Teil der *counterculture*, erfährt zwanzig Jahre später in der bildenden Kunst, in der Mode und im Innendesign (bei letzterem als populärer *Bohemian*-Stil, der vielseitig [re-]produziert und verkauft werden konnte) ein glatt poliertes Recycling. Die bekannte Fotografin für prominente Persönlichkeiten Annie Leibowitz (AP 124) wiederum wäre für Evelyns Wunschhochzeit mit Bateman die ideale Fotografin. Zu Weihnachten lässt Bateman seine Sekretärin "sign, stamp and mail three hundred designer Christmas cards with a Mark

<sup>1303</sup>

Brucoli and Layman, *AD 80s*, 48.

Kostabe print on them” (AP 177). Ellis spielt mit dem kleinen Schönheitsfehler im Namen zweifellos auf das Marketingtalent Mark Kostabi an, der die Grenzen zwischen Kunst und Design verwischte, indem er Einkaufsstüben für das Kaufhaus Bloomingdale’s entwarf und mit seiner Kunst Baseballmützen schmückte. Kostabi definierte den Stellenwert der Kunst in den 1980ern als “marketing is a rest from painting, and painting is a rest from marketing”<sup>1304</sup>. In der Buchbesprechung zu *Conversations With Kostabi* von Mark Kostabi (Charles Tuttle Co. 1996) lieferte mir die American Library Association eine solch aussagekräftige Beschreibung von Kostabi und seiner Kunst, dass ich diese als repräsentativ für den Wandel der Kunst in den 1980er-Jahren wiedergeben möchte:

Kostabi’s hermetically pristine, cartoony paintings feature featureless figures engaged in either allegorical or utterly prosaic activities that reflect the futile busyness and trivialized romanticism of our postmodern lives. They are at once comic-book funny and intellectually shrewd, but Kostabi’s true creation is his artist persona and what he calls ‘Kostabi World’, his art-making enterprise. Kostabi doesn’t make his artwork himself; instead he employs ‘committees’ of idea people, writers, other artists, and random contributors. In toying with the concept of art by asking, ‘Is it the object itself, the process of making it, or just the idea?’ Kostabi anoints himself the court jester in the realm ruled by Duchamp and Warhol. Here he conducts a provocative and very clever self-interview that illuminates his interest in the long-standing tradition of artist’s assistants. An artist unconcerned with ‘fine’ art and a media darling (he’s been on a number of prime-time news shows as well as appearing in everything from *Playboy* to *Artforum* and *People*), Kostabi is a truly liberated talent.<sup>1305</sup>

Mark Kostabi steht somit stellvertretend für die Verkommerzialisierung von Kunst: Für die Tatsache, dass der Marktwert den künstlerischen Wert bestimmt, dass der Marktwert von der Kunst der Vermarktung durch die Agentin bzw. den Agenten, von den medialen Marketingaktivitäten wie Talkshowauftritten oder öffentlichen Inszenierungen abhängt, dass Kunst und ihre Förderung im weitesten Sinne zum sozialen Prestige eines Unternehmens beitragen und auch das Sponsoring die Unabhängigkeit der Kunstschaffenden einschränkt und dass die Frage nach (gesellschafts-)kritischer Kunst zunehmend schwieriger zu beantworten ist. Siehe *KULTUR in den 1980ern* und *Kostabi, Mark*

## L

### **L. F. Rothschild & Company**

Eine 1898 gegründete US-amerikanische Investmentfirma mit Zweitsitz in Luzern in der Schweiz, die sich auf Unternehmensanleihen im Sekundärmarkt sowie auf die Analyse von Sekundärmärkten spezialisiert hat.

### **La Côte Basque**

Ein klassisches französisches Spitzenrestaurant in Midtown/Manhattan in New York City. Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Labor Day**

Ein US-amerikanischer Nationalfeiertag am ersten Montag im September am Ende der Sommerferien und am Schulanfang zugleich, der wegen seines traditionellen (inoffiziellen) Sommerschlussverkaufes als “Labor Day Sale” bekannt ist. Historisch gesehen war der “Labor Day” als Äquivalent zum 1. Mai, dem europäischen “Tag der Arbeit” angedacht gewesen, allerdings ohne sozialistischen Hintergrund.

### **Lafont Paris**

Eine französische Marke für innovatives Brillendesign mit Pariser Chic; seit Eröffnung des ersten Optikfachgeschäftes in der Rue Vignon durch Louis Lafont 1923 in Familienhand. Ab Ende der 1970er-Jahre exportiert Lafont Paris seine Kreationen “Made in France” weltweit. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Lamborghini Countach**

Ein italienischer Autotyp des gleichnamigen Autohauses.

---

<sup>1304</sup> Ebda., 53.

<sup>1305</sup> Donna Seaman, Booklist-Buchkritikerin über *Conversations With Kostabi* von Mark Kostabi (New York: Tuttle, 1996)



Siehe *AUTO in den 1980ern*

### **Lampert, Edward**

Ein Paradebeispiel für einen Yuppie – für einen jungen Anleger, der durch seinen rasanten Aufstieg in der New Yorker Finanzwelt Ende der 1980er-Jahre Aufsehen erregt hat.

### **Lanolin cream**

Eine Creme aus Wollfett, die ähnliche Eigenschaften wie Wachs aufweist.

### **Lassie**

Eine US-amerikanische Fernsehserie auf CBS mit knapp 600 Folgen zwischen 1954 und 1974 mit einem Hund, dem klugen Collie Lassie, als Helden und Begleiter eines 10-jährigen vaterlosen Jungen.

### **Late Night with David Letterman**

Eine US-amerikanische Talkshow des gleichnamigen Entertainers, die ab 1982 dessen Morgenshow auf NBC spätnachts folgte und sich durch Lettermans Art, seine ironischen und absurden Witze in den 1980er-Jahren zu einer Kult-Show mit einem Überraschungsgast als provokanten und kritischen Interviewpartner entwickelte. Die Show hatte bestimmte Merkmale wie die "Stupid Pet Tricks", Lettermans Top 10 Liste und seine Zitate und Reaktionen auf Leserbriefe. Letterman trat auch spontan auf der Straße in Manhattan New York auf und benutzte ein Megafon, um mit der Regelmäßigkeit (s)einer Show zu brechen.

Siehe *Letterman, David*

### **Latkes**

Eine jüdische Bezeichnung für "Kartoffelpuffer", welche anlässlich des Hanukkah-Festes herausgebacken werden.

Siehe *Hanukkah*

### **Laura Ashley**

Eine englische Modedesignerin (\* 1925, † 1985). Ihr Name steht für ein an das 19. Jh. angelehntes Design bei Dekorationsmaterialien, Tapeten sowie Accessoires fürs Eigenheim. Dem folgte eine eigene Bekleidungslinie aus Naturstoffen, die zusammen mit weiteren Produkten unter der gleichnamigen Marke in eigenen Geschäften international verkauft wurde.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Lawrenceville School**

Ein sehr exklusives US-amerikanisches Privatschulwesen für Kinder von 9–12 Jahren, das 1810 als Maidenhead Academy in Lawrenceville (VT) für Jungen gegründet wurde und erst seit 1985 auch für Mädchen zugänglich ist. Die vom bekannten amerikanischen Landschaftsarchitekten Frederick Law Olmsted gestaltete Außenanlage "The Circle" ist heute nationales Kulturgut.<sup>1306</sup>

### **Lazard**

Eine US-Investmentbank, die weltweit größte private Bank, mit langer Tradition.

### **LBO**

Eine Abkürzung für englisch

- a) "Leveraged buyout" (finan.), eine (überwiegend) mit Fremdkapital finanzierte Übernahme
- b) "Lithium Boron Oxide" (inorg. chem.), eine antidepressive Substanz
- c) "Line Build(ing) Out" (techn.), ein Leitungsausbau oder ein Anteilsausbau (insur.)

Siehe *Leveraged buyout*

### **LD**

Eine Abkürzung für englisch "Laserdisc", zunächst schallplattengroße Scheiben, um als Alternative zu den Videokassetten Videoaufnahmen von sehr hoher Qualität zu speichern. Nach der Erprobung verschiedener Formate und Systeme durch MCA (DiscoVision) und Philips (Laservision) in den 1970er-Jahren hat sich die LD bis heute wegen ihrer Größe und fehlenden Aufzeichnungsmöglichkeit nicht durchgesetzt. Die LD bot jedoch erstmals Extras wie Audiokommentare, Trailer und Hintergrundberichte an und gilt damit als Vorläuferin der DVD.

<sup>1306</sup>

*Home - the Lawrenceville School, www.lawrenceville.org.*

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Le Bernardin**

Ein französisches Meeresfrüchte-Restaurant der Superlative von Bernard Le Coze in New York, das an der 155 West 51<sup>st</sup> Street in Manhattan-Midwest liegt und ein gleichnamiges Stammrestaurant in Paris hatte.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Le Cirque**

Ein Spitzenrestaurant in New York City von Sirio Maccioni und seiner italoamerikanischen Familie seit 1974 mit hochgepriesener, klassischer französischer Küche des Spitzenkochs Alain Sailhac und italienischem Touch. Seine "Crème brûlée" machte Le Cirque 1982 berühmt; von 1986 bis 1992 kochte der Franzose Daniel Boulud und erfand die moderne französisch-amerikanische Küche, welche ihm eine 4-Sterne-Kritik in der New York Times bringen sollte. Ursprünglich in Midtown/Manhattan an der 58 East 65<sup>th</sup> Street im ehemaligen Mayfair Hotel gelegen, wurde das Restaurant 1997 in das Palace Hotel an der Madison Avenue umgesiedelt und mit dem Namen Le Cirque 2000 neu eröffnet.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Le Cygne**

Ein französisches Nobelrestaurant in New York im Manhattan der 1980er-Jahre.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Le Madri**

Ein teures und ausgefallenes italienisches Restaurant mit Toskana-Küche in Chelsea, New York City.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Le Relais**

Ein sehr teures französisches Bistro an der Madison Avenue in New York City.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Le Rosey College**

Eine der weltweit renommiertesten Internatsschulen, Institut Le Rosey, in Rolle bei Gstaad in der Schweiz. Das 1880 gegründete, mehrsprachige und internationale Gymnasium in einem Schloss aus dem 14. Jahrhundert bietet 12–16-jährigen Jugendlichen gleich welchen Geschlechts, welcher Nationalität, Ethnie oder Religion ein umfangreiches Bildungsangebot, das den Anspruch erhebt, zukünftige WeltbürgerInnen und Führungskräfte heranzubilden.<sup>1307</sup>

### **Leatherface**

Eine fiktive Serienmörderfigur im US-amerikanischen B-Horror-Kultklassiker *The Texas Chainsaw Massacre* (1974) des Regisseurs Tobe Hoopers.

Siehe *Texas Chain Saw Massacre, The*

### **Lego**

Ein dänisches Kinderspielzeug aus kleinen bunten Plastikklötzchen, die nach einem Kupplungssystem miteinander verbunden werden können. Die Legosteine, die in ihrer Grundform aus acht Noppen auf der Oberseite und acht Röhren auf der Unterseite bestehen, sind aus *Acrylnitril-Butadien-Styrol*. Das Wort LEGO setzt sich aus den dänischen Worten "leg" (für "Spiel") und "godt" (für "gut") zusammen und wurde 1949 von einem Tischler namens Ole Kirk Christiansen erfunden; sein Sohn Godtfred Kirk entwickelte die Idee weiter und ließ die Erfindung dieses heute weltweit bekanntesten und beliebtesten Kinderspielzeugs 1958 patentieren.

### **Lehman Brothers**

Eine traditionsreiche US-Investmentbank, die in den 1980er-Jahren erstmals einen globalen Finanzservice für Unternehmen und Regierungen sowie für eine "hochdotierte" Einzelkundschaft anbot. 1984 von American Express aufgekauft und mit Shearson vereint, hat das Unternehmen seit 1986 eine Niederlassung in der Londoner Börse und seit 1988 an der von Tokio und war in den 1980er-Jahren zum größten Maklerunternehmen, *brokerage firm*, der Wall Street angewachsen.

---

<sup>1307</sup>

"Institut Le Rosey | World-renowned Swiss Boarding School," Institut Le Rosey, [www.rosey.ch](http://www.rosey.ch).

### **Leibovitz, Annie**

Eine US-Künstlerin (\* 1949), die ihre Karriere beim *Rolling Stone*-Magazin begann, John Lennon am Tag seines Todes fotografierte und sich in den 1980er-Jahren mit Frauenporträts und eigenwilligen Akten sowie Fotoreportagen über den amerikanischen Alltag einen Namen gemacht hat; Annie (Lou) Leibovitz zählt zu den bestbezahlten Fotografinnen und Fotografen der Welt.

Siehe *KUNST in den 1980ern*

### **Leigh, Janet**

Eine US-amerikanische Schauspielerin (\* 1927, † 2004), die durch ihre Darstellung in Alfred Hitchcocks Film *Psycho* weltberühmt wurde.

Siehe *Psycho*

### **Leonard, Elmore**

Ein populärer US-amerikanischer Schriftsteller und Filmdrehbuchautor (\* 1925, † 2013), der in den 1950er-Jahren trashige Western- und Detektivromane veröffentlichte und in den 1980er-Jahren als Meister des Pulp-Krimis in einer neuen, sehr ungezwungenen Sprache gefeiert wurde. 1988 bringt Elmore John Leonard *Bandits* und 1989 den *New York Times*-Bestseller *Freaky Deaky* heraus, der gleich wie weitere seiner Krimis verfilmt wurde.

### **Letterman, David**

Ein US-amerikanischer Talkshow-Moderator, Entertainer und Fernsehproduzent (\* 1947). Die erste *Late Night with David Letterman*-Talkshow, die erste Abend-Talkshow der USA nach der *Tonight Show* (1954) hatte ihr Debüt 1982 auf NBC und sollte eine Wende in der bisherigen Geschichte der Talkshow markieren: "it was a prankish outsider, a subversive send-up of talk shows, television, the entertainment world in general."<sup>1308</sup> Als *Celebrity Talk Show* bot David Letterman erstmals "Talks" mit führenden Persönlichkeiten der Unterhaltungsindustrie über die Unterhaltungsindustrie.

Yet audience members are frequently called by name and asked to interact with the host. [Nevertheless] the studio audience [...] functions somewhat like a laugh track (although less predictably): as passive 'inscribed viewers' whose main role is to represent the at-home viewer by following the program's rules of good viewership. [...] Consider Letterman and its often-repeated jape of putting an off-color title under the on-screen face of an unsuspecting person in the audience. The joke is the incongruity of the label and the resulting public embarrassment. This audience interaction is only a minor warm-up to the main event: conversations between luminaries who perform/or talk.<sup>1309</sup>

In *American Psycho* erwähnt Bateman immer wieder die Show und verweist besonders mit einer Sendung "Late Night with David Letterman. Stupid Pet Tricks" auf die Mainstream-Richtung, die Letterman ab Ende der 1980er-Jahre einzuschlagen begann. Das Thema selbst, "Stupid Pet Tricks", gab es wirklich und es belegt die zunehmende Tierversessenheit der amerikanischen Gesellschaft als Indiz für die wachsende Einsamkeit in den urbanen wie suburbanen Strukturen. So wurde 1985 über *The New York Times* folgende Anzeige geschaltet:

'Have You Taught your Pet To Do Something Odd?' *Late night with David Letterman* on NBC will feature pets who have been trained to do unusual things. Pets must be amateur & owners must be willing to appear with them at auditions & on the show. To audition your pet, please call Chris (Elliot).

Im Unterschied zu allen anderen Talkshow-Sendungen begannen die *late-night TV shows* wie eben die *Late Night with David Letterman*-Talkshow in den 1980er-Jahren auch Politik zu machen, und zwar in Form von Schlagzeilen-Witzen, die den Politikern ihr Image in der Öffentlichkeit vor Augen führten:

The Center for Media and Public Affairs, a conservative watchdog group, tapes Carson, Leno and Letterman each night and catalogs their jokes by subject. During the Bush Administration's first 100 days, the most joked-about political figure was (nominated for Secretary of Defense- John) Tower (61 jokes), followed by President Bush (52) and Vice President Quayle (35). [...] What passes for political satire, moreover, is often formula gags bounced off stock comic types.<sup>1310</sup>

Das Berufsethos dieser Shows verbot den Talkshowmastern jedoch, die Grenze zwischen gutem und schlechtem Geschmack zu überschreiten, weswegen bestimmte Tabuthemen wie AIDS oder Terrorismus meist unberührt blieben. Das unterscheidet die *late-night shows* von den sensationsheischenden *day-time TV shows*. Nichtsdestoweniger ist die Macht dieser scheinbar "harmlosen" Witze bei der öffentlichen Meinungsbildung unbestritten. Leno: "I don't think what we do sways public opinion. We

<sup>1308</sup> Richard Zoglin, "New Dave Dawning," *Time* 30 August 1993: 52.

<sup>1309</sup> Jane M. Shattuc, *The Talking Cure* (New York: Routledge, 1997) 5.

<sup>1310</sup> Richard Zoglin, "Politics, Late-Night Style," *Time* 12 June 1989: 66.

reinforce what the public already knows.”<sup>1311</sup> In diesem Sinne haben die *late-night talkshows* die Funktion eines nationalen Stimmungsbarometers übernommen.  
Siehe *TALKSHOW in den 1980ern*

### **Leveraged buyout (LBO)**

Ein englischer Finanzausdruck für eine spezifische Finanzierungs Kombination beim Kauf eines vorwiegend fremd(kapital)finanzierten Unternehmens, bei dem eine Hebelwirkung (*leverage effect*) entstehen kann. Die rentabilitätsfördernde Wirkung entsteht durch eine zinsgünstige Kreditfinanzierung bei ertragreicher Investition. “Liegt z. B. der effektive Zinssatz für Kredite unterhalb der Verzinsung am Kapitalmarkt, kann die Anlegerin bzw. der Anleger mit aufgenommenen und wieder am Kapitalmarkt investierten Geldern (Fremdkapital) die Rentabilität seiner Anlagen erhöhen.” Bei Kursabfall wirkt der Leverage-Effekt in umgekehrter Richtung und die auf Kredit erworbenen Wertpapiere führen zu zusätzlichen Verlusten. Weil dies hoch spekulativ ist, sind solche Transaktionen in Deutschland verboten.<sup>1312</sup>

Siehe *LBO* und *Insider trading*

### **LIAT**

Eine Abkürzung für englisch “Leeward Island Air Transportation”, einer karibischen Fluglinie seit 1956 mit Sitz in Antigua, die nach einem Konkurs und einer Neuübernahme Mitte der 1970er in den 1980er-Jahren stetig wachsen sollte und rund zwanzig Destinationen im Osten der Karibik anflug und auch mit Waren versorgte.

### **Liberty Island**

Eine kleine, unbewohnte Insel im Hafen von New York, die im Laufe der Jahrhunderte unter holländischer, englischer und französischer Flagge stand und als Quarantäne-, Wach- und Militärstation sowie Gefängnis diente und viele Namen hatte. Zu Bedloe’s Island wurde die Insel mit seinem holländischen Besitzer Isaack Bedloo im 17. Jahrhundert. Weitere Privatbesitzer folgten. Erst 1956 wurde die Insel offiziell in “Liberty Island” (Freiheitsinsel) umgetauft, da sie seit 1886 das “Symbol der Freiheit und Unabhängigkeit”, die amerikanische Freiheitsstatue (*Statue of Liberty*), ein Geschenk Frankreichs im Gedenken an die amerikanische Unabhängigkeitserklärung hundert Jahre zuvor, trägt. Im Besitz des Bundesstaates New York ist die Insel nur mit der Fähre von Battery Park in Manhattan und Liberty State Park in Jersey City, New Jersey, zu erreichen und ist etwa 1 Meile von Ellis Island entfernt.

### **Librium**

Ein verschreibungspflichtiges Beruhigungsmittel aus den USA.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Libya**

Ein Maghrebstaat in Nordafrika, auf Deutsch “Libyen”. Das erst seit 1951 unabhängige Land und Königreich wird nach jahrhundertelanger Fremdbesetzung durch die Machtübernahme des “Revolutionsführers” Oberst Muammar al-Gaddafi 1969 zu einer islamisch-sozialistischen Volksrepublik. 1986 brechen die USA die Beziehungen zu Libyen wegen seiner Kontakte zum internationalen Terrorismus ab. 1989 werden libysche Flugzeuge vom US-Militär abgeschossen und die Region zur erklärten Bedrohung der USA.

Siehe *REAGAN, RONALD*

### **Lidsville**

Diese US-amerikanische Live-Kindershow am Samstagmorgen auf ABC wurde von Sid und Marty Krofft von 1971 bis 1973 produziert. Der Junge Mark lebt in Lidsville, einem mysteriösen Dorf aus Hütten, deren jeweiliges Outfit (Cowboy-Hut, Melone) auch den Charakter der animierten Puppen bestimmt.

Siehe *H. R. Pufnstuf*

### **“Life In The Fast Lane”**

Ein Song (1976) der US-amerikanischen Rockband Eagles aus dem Top-Album *Hotel California*, der den Zeitgeist der 1980er-Jahre – verkörpert im Yuppie – vorwegnahm und unter die US-Top 20 kam.

Siehe *Eagles* und *MUSIK in den 1980ern*

---

<sup>1311</sup> Ebda.

<sup>1312</sup> Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, boersenlexikon.faz.net.

### **“Life is a mystery, everyone must stand alone”**

Eine Zeile aus dem Top-Hit “Like a Prayer” (1989) der US-amerikanischen Pop-Ikone Madonna aus dem gleichnamigen Album, in der Madonna die Liebe und das Lieben über eine religiöse Symbolik mit dem Beten vergleicht. Im dazugehörigen Video wird Madonna als Prostituierte Zeugin einer Vergewaltigung und eines Mordes. Ein fälschlich beschuldigter Afroamerikaner wird festgenommen. Madonna sucht in der Kirche die Statue des Weisen St. Martin de Porres auf, der zum Leben erwacht und sie küsst. Diese Erfahrung führt Madonna zum wahren Schuldigen und der falsch Beschuldigte wird freigelassen. Das Video zieht die Verurteilung des Albums als “blasphemisch” durch den Vatikan und den Rückzug von Pepsi-Cola aus einem kurz zuvor geschlossenen Millionenvertrag mit Madonna mit sich. Das Album gelangt in die US-Top-Charts.

Siehe *Madonna* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Lifecycle**

Ein Fahrradergometer aus den USA, das als erstes statisches elektronisches Trainingsgerät Ende 1960/Anfang 1970 eine weltweite Fitnessrevolution auslöste. Das Lifecycle-Fahrrad ist ein Produkt des weltweit führenden Unternehmens in der Herstellung von Ausdauer- und Krafttrainingsgeräten im Fitness-, Präventions- und Gesundheitsbereich, Life Fitness. Letzteres wiederum gehört zur Brunswick-Gruppe, die marktführend bei der Herstellung von Freizeitprodukten ist.

Siehe *KÖRPERKULT in den 1980ern*

### **“Lightnin’ Strikes”**

Ein sehr ungewöhnlicher US-Top-Pophit (1966) des Falsetto-Sängers Lou Christie und zugleich auch sein größter: Christie legt darin die Gedanken eines Zerrissenen vor seinem weiblichen Ein und Alles dar, sein Gespaltensein zwischen einem Sesshaftwerden und dem Ausleben wilder Jugendträume, wobei die Zeilen in dem Poprocksong teilweise sehr ambivalent und bedrohlich wirken: “When I see lips begging to be kissed/I can’t stop, I can’t stop myself”. Die sich aufbauende, melodramatische Spannung wiederum wird von der Falsetto-Stimme forciert. “Lightnin’ Strikes” gilt bis heute als einer der letzten Popsongs mit psychedelischem Anklang, die seither von allen Falsetto-Größen gecovered wurden.

Siehe *Christie, Lou* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Listerine**

Eine antibakterielle Mundspülung des US-Pharmaunternehmens Pfizer Inc., die durch ätherische Öle wie Eukalyptus, Menthol und mehr wirkt.

### **Lithium**

Ein anorganisches Spurenelement zur Regulierung von manischer Depression. Bereits in geringen Dosen kann dieses Medikament tödlich wirken.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Loafers**

Ein US-amerikanischer Ausdruck für bequeme Schlupfhalbschuhe mit Absatz, die in den 1950er-Jahren als Collegeschuhe (*Pennyloafers*) getragen wurden und in den 1980er-Jahren über verschiedene internationale Schuhmarken auch Eintritt in die Business-Etiquette der Geschäftswelt fanden.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Loeb, Alex M.**

Ein US-Künstler (\* 1918, † 2015) aus Meridian, Mississippi, der in den 1980ern für seine Arbeiten mit Akryl, Öl und Pastell bekannt wurde.

Siehe *KUNST in den 1980ern*

### **Lord & Taylor**

Ein traditionsreiches New Yorker Modehaus, das wahrscheinlich älteste Kaufhaus Amerikas, in dem für eine konservative Stammkundschaft an der 5<sup>th</sup> Avenue der klassische amerikanische Stil mit US-Designermode für Damen und Herren und bestem Service zelebriert wird.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Los Angeles**

Eine Stadt der USA, die zweitgrößte Stadt nach New York City und die größte im Bundesstaat Kalifornien. Als Wirtschafts-, Finanz- und Kulturzentrum ist “L. A.” auch das Herz Kaliforniens am

Pazifischen Ozean und wurde mit dem Stadtteil "Hollywood" auch zum Synonym für die amerikanische Film- und Fernsehindustrie.

### **Lotus**

Ein US-amerikanisches Produktionsunternehmen von Computersoftware, Lotus Development Corporation, aus Cambridge (MA), das 1983 ein kabelloses, tragbares Radiogerät namens "QuoTrek" auf den Markt brachte, mit dem Börsenkurse und -nachrichten in Echtzeit verfolgt werden konnten. Siehe *COMPUTER in den 1980ern* und *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **"Louie, Louie"**

Ein großer Musikhit (1963) der US-amerikanischen Rock 'n' Roll-Band The Kingsmen aus Oregon, der zum Markenzeichen für den Garage Rock-Stil wurde. Die Originalband bestand seit 1957 aus dem Sänger und Gitarristen Jack Ely, dem Drummer Lynn Easton, dem Gitarristen Mike Mitchell, Bob Nordby (Bass) und Don Galucci (Piano). Ely brachte dabei dem Rest der Band die Originalversion von "Louie Louie" von Richard Berry bei, allerdings mit einem geänderten Rhythmus. Die Band nahm den Song für 50 US-Dollar in einem lokalen Plattenstudio mit wenig Equipment auf und sollte sofort zur Messlatte für Teenie-Bands werden. 1964 hatte der Song seinen US-weiten Durchbruch und führte 1968 zum Bruch in der Band. Lynn Easton übernahm das Copyright für The Kingsmen und tourte von da an mit einer neuen Formation.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Louis Boston**

Ein renommiertes Herrenbekleidungsgeschäft seit 1929 in Boston, Massachusetts, USA.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Louis Dell'Olio**

Ein US-amerikanischer Modeschöpfer (\* 1948), der nach verschiedenen Lehrmeistern bis zum Tod von Anne Klein 1974 deren sportlich-elegante Linie zeichnete. Danach teilte er sich mit Donna Karan (bis zu ihrer Selbstständigkeit 10 Jahre später) die bekannte New Yorker Modemarke. Bis Anne Klein von Richard Tyler 1993 übernommen wurde, entwarf er als verantwortlicher Modeschöpfer eine bequem-elegante Linie für Geschäftsfrauen. Danach brachte Dell'Olio drei eigene Modelinien für Kaufhäuser heraus. Typisch für Dell'Olio sind Blazer, die mit Wildlederhosen kombiniert werden und Kaschmirjacken, die über Flanellröcken getragen werden.

Siehe *Anne Klein; Donna Karan* und *MODE in den 1980ern*

### **Louis XVI style**

Eine französische Stilrichtung in europäischer Kunst und Architektur im 18. Jahrhundert namens Louis-seize, nach der Regierungszeit (1774–92) des letzten französischen Königs und Vertreters des Absolutismus benannt. Ludwig XVI. war mit der Französischen Revolution entmachteter und durch Parlamentsbeschluss der jungen Republik 1793 mittels Guillotine enthauptet worden. Charakteristisch für ein Möbeldesign im Louis-seize-Stil sind die Abkehr von organisch-barocken hin zu geometrischen Formen mit klassizistisch-naturalistischem Dekor.

### **Louis Vuitton**

Ein exklusives französisches Lederwaren- und späteres Modeunternehmen 1854 nach dem gleichnamigen Begründer und Kofferwarendesigner Louis Vuitton benannt. In den 1980er-Jahren expandierte LV mit eigenen Geschäften weltweit und fusionierte 1987 mit dem Champagnerhaus Moët et Chandon und dem Cognac-Unternehmen Hennessy zu LVMH und erweiterte sein Angebot mit Luxuswaren, die zum Statussymbol wurden.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Love Connection**

Eine 30-minütige US-amerikanische Herzblatt-Show auf Videobasis, in der sich ein männlicher oder weiblicher Single nach dem erstellten Persönlichkeitsprofil den idealen Kandidaten bzw. die ideale Kandidatin aus drei potenziellen Profilen auf Video auswählt. Die Fernsehshow wurde 1983 erstmals ausgestrahlt, spielte 11 Jahre durchgehend, endete 1999 und hatte ihren Höhepunkt in den 1980er-Jahren. Jede Show wurde mit dem Satz eingeleitet: "Welcome to Love Connection! Where old-fashioned romance meets modern day technology, where you hear all the intimate details of a first date".

Siehe *MASSENMEDIEN in den 1980ern*

### **Lovin' Spoonful, The**

Eine US-amerikanische Popgruppe, deren Kern der Sänger und Musiker John Sebastian aus New York sowie der Gitarrist und Sänger Zalman Yanovsky aus Toronto in Kanada waren. Beide hatten ihre eigenen Bands – Sebastian war Teil der Even Dozen Jug Band und Yanovsky bei der Folkgruppe The Halifax Three aus Nova Scotia. Nach Alleingängen trafen sich die beiden 1965 und holten Joe Butler als Drummer und Steve Boone als Bassisten in ihre Band: Der Bandname "The Lovin' Spoonful" entstammt einem Zitat aus John Hurts Song "Coffee Blues". Erik Jacobsen wurde ihr Produzent bei der neuformierten Kama Sutra Records-Plattenfirma. Mit ihrem Folk-Rock-Musikstil, gemischt mit Elementen aus Blues und Country, hatte die Band sofort Erfolg und ihre ersten Titel "Do You Believe In Magic", "You Didn't Have To Be So Nice", "Daydream" und "Good Time Music" wurden Hits. "Summer In The City" (1966) mit seinen Straßenlärm-Effekten übertraf alle Erwartungen und war drei Wochen lang die Nr. 1 in den USA und ein weiterer millionenfach verkaufter Hit; 1967 löste sich die Originalbesetzung der Band auf.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Lower East Side**

Ein Viertel in Manhattan mit der Orchard Street als Zentrum, welches seit der ersten großen Einwanderungswelle 1845 als das klassische Einwandererviertel mit den mehrstöckigen Mietskasernen gilt und das sein Gesicht je nach Bevölkerungsmehrheit wechselt(e). Die zunächst kleinen, fensterlosen Wohnungen mit gemeinsamer Toilette werden auch *Tenements* genannt. Ende des 19. Jahrhunderts war die Lower East Side mit mehr als einer Million Menschen das dichteste besiedelte Armenviertel der Welt. Nach den Einwandernden aus Irland folgten Menschen aus Deutschland, Italien und China und vorwiegend Jüdinnen und Juden aus Osteuropa, mit der Liberalisierung der Einwanderungsgesetze in den 1960er-Jahren dann Menschen aus Latein- und Mittelamerika sowie Asien. Die Gentrifizierung der Lower East Side brachte zunehmend KünstlerInnen und Hippies aus SoHo und aus anderen Stadtvierteln New Yorks, die das ehemalige Tor zur Einwanderung in die USA nach und nach zu einem Ort der Gutverdienenden machten.

### **LSD**

Eine synthetische psychedelische Droge aus den USA, die bereits in Minidosen halluzinogen wirkt. Erstmals 1943 vom Chemiker Albert Hofmann im Selbstexperiment ausprobiert, wurde LSD (ein Derivat der Lysergsäure) in den 1950er-Jahren illegal für Experimente von der CIA eingesetzt. In den 1960er- und 1970er-Jahren diente es als Hippie-Droge zur Bewusstseinsweiterung, während in den 1980er-Jahren LSD als Partydroge in der Technoszene wieder Anklang fand.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Lubiam**

Ein italienisches Herrenbekleidungskonfektionsunternehmen seit 1911, das bereits in der vierten Generation nach dem Motto "Service als Strategie" Qualität in den Modestilen klassisch und festlich, weich wie innovativ und neu anbietet.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Lubriderm**

Eine US-Marke für Hautpflegeprodukte der Pfizer Inc.

### **Luc Benoît**

Eine US-amerikanische Luxuslederwaren-Firma, deren Besitzer Natalie Fitz-Gerald und Patti Sonntag sind.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Lucas Tanner**

Eine US-amerikanische Fernsehserie (1974–75) auf NBC mit David Hartman als Lucas Tanner in der Hauptrolle eines früheren Baseballspielers und Sportreporters, der nach dem Tod seiner Frau und seines Sohnes bei einem Autounfall Lehrer an einer Schule wird. Bateman "erkennt" (die fiktive Figur) Lucas Tanner in einer Runde von Yuppies (*AP* 347).

### **Luciano Barbera**

Eine italienische Konfektionsmarke für elegante klassische Damen- und Herrenmode sowie für Accessoires nach dem gleichnamigen Begründer (\* 1938); seit ihren Anfängen 1970 in Biella, Piemont, in Familienhand.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Luciano Soprani**

Ein italienischer Modeschöpfer (\* 1946, † 1999), ab 1982 mit eigener Marke, der unter anderem eine innovative Prêt-à-porter-Mode mit klaren Schnitten und kräftigen Farben für die Geschäftsfrau und den Geschäftsmann der 1980er-Jahre schuf.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Luke's Bar & Grill**

Ein New Yorker Restaurant an der 3<sup>rd</sup> Avenue, das traditionelle amerikanische Küche und Hamburger anbietet.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Lutèce**

Ein berühmtes französisches Nobelrestaurant zwischen 2<sup>nd</sup> und 3<sup>rd</sup> Avenue in Manhattan-Midtown, in dem sich seit den 1980er-Jahren, beginnend mit Spitzenkoch André Soltner, nur die besten Köche maßen.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Lycra**

Ein US-Markenname, Lycra bzw. Spandex (*expands*), für eine sehr haltbare, elastische Kunstfaser aus mindestens 85 % Polyurethan, die 1962 in Virginia, USA, von der Firma DuPont entwickelt wurde und die Bekleidungsindustrie revolutioniert hat. Der Fitnesshype der 1980er-Jahre hat zu einem großen Aufwind dieser synthetischen Faser geführt.

Siehe *DuPont* und *MODE in den 1980ern*

## **M**

### **M. K.**

Ein berühmter Nachtclub in New York City, der 1988 vom Designer Serge Becker und dem Künstler Eric Goode eröffnet wurde und als sogenannter Dinner-Club für die über 30-Jährigen von 20 Uhr abends bis 4 Uhr früh geöffnet war. Den bis zu 700 Clubgästen – New Yorks (High) Society – wurde dabei auf vier Ebenen eine Wohn- und Lifestyleatmosphäre, eingerichtet im Stil eines etwas schrägen Gentlemans, mit Bar, Abendrestaurant, Billiard- und Schlafzimmer geboten.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Macclesfield**

Ein enges geometrisches Krawattenmuster, das auf die Londoner Textilfabriken Ende des 19. Jahrhunderts zurückgeht und in den 1920er-Jahren modern wurde. Das Muster bewirkt auf der Oberfläche den Effekt einer Einlegearbeit.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Mace**

Eine US-Marke für einen mit Pfeffer, Tränengas oder anderem Gas gefüllten Schutzspray der Mace Security International Inc., ein Unternehmen, das unterschiedliche Produkte zur persönlichen Sicherheit anbot; die Marke wurde zum Synonym für "Schutzsprays".

### **MacNeil/Lehrer Report**

Eine einstündige "News Hour" seit 1972, die Jim Lehrer (\* 1934, † 2020) mit seinem kanadisch-amerikanischen Kollegen Robert Breckenridge Ware "Robin" MacNeil (\* 1931) als erste ihrer Art im aus Mitgliederbeiträgen und Spenden finanzierten Sender PBS in Washington, D.C. begründete. Seit MacNeils Pensionierung führte Lehrer die Sendung, die im bunten Fernsehwirrwarr mit Schwarz-Weiß-Fernsehbildern und aufmontiertem Mikrofon am Studiotisch wie ein Relikt aus einer vergangenen Zeit wirkte, allein weiter. Lehrer leitete auch gerade wegen seiner trockenen und pedantischen Art und seinem Ruf der absoluten politischen Neutralität seit 1988 die Fernsehduelle der



Präsidentenskandidaten. Sein Berufseinstieg als Journalist fand in Dallas statt, wo Lehrer als Reporter unter anderem über den Mord an Präsident John F. Kennedy berichtete.  
Siehe *MASSENMEDIEN in den 1980ern*

### **Macy's**

Ein New Yorker Kaufhaus am Herald Square, das Stammhaus der Macy's Inc., das einen ganzen Straßenblock auf 10 Etagen einnimmt und als das größte der Welt gilt. 1902 von Captain Rowland Hussey Macy, einem früheren Walfischfang-Kapitän, gegründet, geht das Logo von Macy, der rote Stern, auf diese Zeit zurück, gleich wie die hölzernen Rolltreppen, die bis heute noch in Betrieb sind und zu den wahrscheinlich ältesten der Welt zählen. Im Laufe der Jahre führte das Kaufhaus viele neue Produkte auf dem US-Markt ein und begann zu expandieren. Heute ist Macy's eine der führenden Kaufhausketten in den USA mit verschiedenen Untermarken. Ein Aushängeschild ist die seit 1946 jährlich stattfindende Macy's Flower Show, wo das Kaufhaus zwei Wochen lang mit Blumendekorationen zu einem Thema geschmückt ist. Jedes Jahr am 4. Juli zeigt die Macy's Fireworks Display eine Art Leistungsshow der Pyrotechnik. Am 3. Donnerstag im November gibt es eine eigene historische Macy's Thanksgiving Day Parade mit Figuren aus Märchen und Comics.

Siehe *SHOPPING*

### **Madison Avenue**

Eine Hauptstraße in New York City, die von der Madison Avenue Bridge vom Norden nach Süden zum Madison Square quer durch Manhattan führt und nach dem 4. US-Präsidenten James Madison benannt ist. Der Begriff "Madison Avenue" wurde bald nach dem Boom der Werbeindustrie, die sich nach 1920 dort angesiedelt hatte und die Entwicklung der Werbung in den USA und auf der Welt seit damals grundsätzlich bestimmte, zum Synonym für "Werbung" oder allgemein für die "Werbeindustrie".

### **Madonna**

Eine US-Popsängerin mit Namen Madonna Louise Veronica Ciccone (\* 1958) aus Rochester in Michigan, die mit ihrer Selbstvermarktung bzw. totalen Kontrolle über ihre Musik und ihr Image die Musikindustrie ab 1984 revolutionierte. 1978 zog Madonna nach New York, wo sie eine Ausbildung in "Modern Dance" anfang und verschiedene Bands gründete, bis ihr ein Demoband 1982 einen Plattenvertrag bei SIRE Records brachte: Nach einigen Singles, die – von ihrem damaligen Freund Jellybean Benitez remixt und produziert – zu Clubhits wurden, landete Madonna mit "Holiday" 1983 ihren dritten großen und ersten internationalen Top-Hit, dem viele weitere Top-Hits folgen sollten. 1983 brachte Madonna ihr erstes Album *Madonna* heraus, dem folgte 1984 das zweite Studioalbum *Like a Virgin*, das Aufsehen erregte und weltweit Beachtung fand: "Material Girl" landete auf Platz 2 der US-Charts und Madonna ging 1985 mit ihren beiden Alben erstmals auf Tour in den USA und Kanada. *Desperately Seeking Susan* (1985), ein Film von Susan Seidelman und ein Video des B-Erotik-Dramas *A Certain Sacrifice* (1979) wurden veröffentlicht. Playboy und Penthouse folgten – ob gewollt oder nicht gewollt – mit Nacktfotos aus ihrer Anfangszeit in New York. Madonnas Provokation war perfekt und tat ihrer Persönlichkeit und dem sexy Image keinen Abbruch. Durch ihre streng choreografierten, provozierenden MTV-Auftritte war Madonna 1985 zum internationalen Star geworden. Madonnas Zusammenarbeit mit Patrick Leonard ab 1986 führte zu ihren größten Hits, darunter "Live to Tell" (1986) und ihrem dritten Album *True Blue*, Nummer 1 in den USA und Großbritannien. Dem folgte die Hit-Single "Papa Don't Preach". Der Film *Shanghai Surprise* mit Madonna und Sean Penn, den sie 1985 heiratete, entpuppte sich als Flop im gleichen Jahr; die Ehe mit dem Schauspieler endete nur einige Jahre später, 1989. Dem fünften Top-Hit "Open Your Heart" folgte "Who's That Girl?", der Titelsong des gleichnamigen Films (1987), welcher Madonna zur weiblichen Künstlerin mit den meisten Nr. 1-Singles der 1980er-Jahre machen sollte. 1988 spielte Madonna in David Mamets Broadway-Stück "Speed the Plow" mit und veröffentlichte ihr Album *You Can Dance*. 1989 brachte sie mit *Like a Prayer* ein weiteres Album heraus, das mit seinen poppig-rockigen Elementen und religiöser Provokation auch einen musikalischen Höhepunkt ihrer Karriere darstellte. Innerhalb weniger Jahre hatte Madonna es geschafft, sich in einer Gratwanderung zwischen "gut" und "böse" und über eine gezielte Handhabung der Medien und ihrer Selbstdarstellung ihr ganz eigenes Image zu schaffen, das zwar polarisiert, Madonna als Persönlichkeit und musikalisch als "Queen of the Pop" jedoch seit den 1980er-Jahren respektiert.  
Siehe *MODE in den 1980ern* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Maggie!**

Ein britisches Musical *Maggie* von Michael Wild nach dem Theaterstück von J. M. Barrie *What Every Woman Knows* (1908) über das Geheimnis, dass hinter jedem erfolgreichen Mann eine kluge Frau steht.

Aufgeführt 1977 im Shaftesbury Theatre in London war die West End-Produktion mit Anna Neagle, Peter Gale und Anna Sharkey als Maggie, die für ihre Darbietung ausgezeichnet wurde, besetzt.  
Siehe *Misérables, Les*

### **Mahi-mahi**

Ein hawaiianischer Begriff für eine Fischart aus tropischen und subtropischen Gewässern, die wegen ihres weißen Fleisches mit dem milden Geschmack in den 1980er-Jahren als besondere Delikatesse gereicht wurde.

### **Manhattan**

a) Einer der fünf Stadtbezirke, welche die Stadt New York City (NY) neben Brooklyn, Bronx, Queens und Staten Island formen. Als zentralster Bezirk liegt er auf der von Hudson River, East River und Harlem River umflossenen gleichnamigen Felsinsel Manhattan. Mit seinen internationalen Firmen und Organisationen, den Wolkenkratzern und der Ansammlung von "Geld", das an der wichtigsten Börse der Welt – der New York Stock Exchange – gehandelt wird, ist New York City und dabei insbesondere Manhattan, das Hauptgeschäftszentrum der USA. (Am 11. September 2001 wurde das World Trade Center mit den 1973 als höchste Wolkenkratzer der Welt eröffneten Twin Towers im Süden Manhattans durch einen Terroranschlag der islamistischen Terroristengruppe al-Qaida des Begründers Osama bin Laden mit entführten Flugzeugen zerstört; 9/11 gilt als Anschlag auf die Werte der USA und im Weiteren der westlichen Welt von Demokratie und Freiheit und führte ob der erfahrenen Ohnmacht durch die Unberechenbarkeit terroristischer Akte von da an zu einer forcierten Einteilung der Welt in Gut und Böse.) Manhattan wird wegen ihrer vielen Wolkenkratzer in unterschiedlichen Baustilen auch die vertikale Stadt genannt. Der Stadtbezirk hat ein sehr systematisches Straßensystem, in dem sich fast alle Straßen im rechten Winkel kreuzen und die Felder dann als "Blocks" bezeichnet werden. "Avenues" besitzen meist einen Eigennamen, sind von Süden nach Norden ausgerichtet und werden vom East River abgezählt. "Streets" ziehen sich von Osten nach Westen durch und sind ab der Houston Street gen Norden durchnummeriert. Der Broadway zieht sich diagonal über die Insel. Überall dort, wo er auf eine Avenue trifft, gibt es einen Platz, auch "square" genannt. Hausnummern links von der Fifth Avenue beginnen mit W (West) und rechts mit E (East).<sup>1313</sup> Manhattan zählt etwa 1,5 Mio. EinwohnerInnen (Zensus 2000).

b) Manhattan ist der Name eines klassischen amerikanischen Cocktails auf der Grundlage von Bourbon oder Canadian Whiskey, der mit Vermouth (Martini) und wenigen Spritzern Angostura geschüttelt und mit einer Maraschino-Kirsche in einem eigenen Martini-Glas serviert wird. Je nach Vermouth-Art wird der "Manhattan" als *dry*, *perfect* oder *sweet* bezeichnet.

Siehe *New York City*; *MODE in den 1980ern* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Manhattan Steamroller**

Eine Anspielung des Autors Bret Easton Ellis auf die kulturelle Ignoranz seines Yuppie-Protagonisten Bateman, indem er zwei stilistisch völlig unterschiedliche US-amerikanische Musikgruppen, Manhattan Transfer und Mannheim Steamroller, miteinander mischt.

Siehe *Manhattan Transfer* und *Mannheim Steamroller*

### **Manhattan Transfer**

Ein US-amerikanisches Jazz-Vokalquartett, das ab 1969 klassischen Jazz von Boogie-Woogie bis Bob sowie R&B und Pop interpretierte und in den 1980er-Jahren ob seines harmonischen Zusammenspiels Grammys sowohl in der Pop- als auch in der Jazz-Kategorie erhielt.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Mannheim Steamroller**

Ein Pseudonym für den US-amerikanischen Komponisten Chip Davis (\* 1947), einem Pionier der neuklassischen elektronischen Musik und Vorreiter der New Age-Musik. Nach einer klassischen Musikausbildung komponierte der ehemalige Musiklehrer Werbejingles und kreierte die populäre Figur des C.W. McCall mit Bill Fries. Um sein Album *Fresh Aire* (1975) mit elektronisch veränderter, rockiger, klassischer Musik aus dem 18. Jahrhundert zu promoten, gründete er die fiktive Band Mannheim Steamroller und begann in den 1980er-Jahren verschiedene Themen elektronisch-atmosphärisch wie in *Christmas* (1984), dem Album für das PBS-Special *Saving the Wildlife* (1986) und in anderen Werken umzusetzen.

Siehe *New Age* und *MUSIK in den 1980ern*

---

<sup>1313</sup> Vgl. Merian, 13.

### **Manolo Blahnik**

Ein spanischer Schuhdesigner (\* 1942). Der Name steht für raffiniertes, romantisch verschnörkeltes oder sehr ausgefallenes Schuhdesign aus Luxusmaterialien, das sexy, aber nicht vulgär wirkt. Bateman erwähnt die "silk-satin d'Orsay pumps" (AP 8) des früheren Literaturstudenten und Quereinsteigers unter den Modemachern.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Manson, Charles**

Ein bekannter US-amerikanischer Mörder (\* 1934, † 2017) und in den späten 1960er-Jahren Begründer der Hippie-Kommune und Kultsekte "Manson Family". Charles Milles Manson stammte aus prekären Familienverhältnissen, war bereits als Kind und Jugendlicher im Gefängnis. Als späterer Straßenmusiker in einem Bus durch Kalifornien ziehend, sollte Manson nach und nach seine Kommune The Family gründen und diese gefügig machend, diskriminierend und autoritär führen: Vor allem junge Mädchen aus der Mittelklasse und mit sozialen Problemen "folgten" ihrem Anführer und seinem praktizierten, von psychedelischen Drogentrips und Gruppensex beherrschten Hippie-Leben als Anhängerinnen von San Francisco auf eine verlassene Ranch vor Los Angeles. Manson, der sich als Verkörperung von Jesus sah, verehrte Adolf Hitler und vertrat eine rassistische Philosophie. Darin prophezeite Manson für 1969 einen Aufstand der afroamerikanischen Bevölkerung gegen die Weißen in den USA, wobei die Schwarzen, so Manson, aufgrund ihrer "Rasse" unfähig wären zu führen. Den angeblich bevorstehenden Chaos-Zustand bezeichnete Manson als "Helter Skelter", nach dem gleichnamigen Beatles-Song, aus dem er geheime Botschaften herauszuhören glaubte. Weil die prophezeiten Unruhen nicht einsetzten (und ihm ein Erfolg als Musiker in Los Angeles trotz Bekanntschaft mit Brian Wilson von den berühmten The Beach Boys versagt blieb), befahl er einigen Mitgliedern seiner Sekte am 9. und 10. August 1969 mehrere Menschen auf grausame Weise zu töten. Unter den Opfern der Tate-LaBianca-Morde befanden sich die damalige Frau des Regisseurs Roman Polanski, die hochschwangere Sharon Tate sowie der Industrielle Leno LaBianca und dessen Frau.

Siehe *SERIENMORD in den 1980ern*

### **Mantiques**

Ein Antiquitätenhandel in New York an der Second Avenue, für insbesondere *Vintage*-Artikel von Männerinteresse. Der Name geht auf eine ehemalige Handelsmarke für Herrenbekleidung Anfang der 1970er-Jahre zurück; etwa zeitgleich wurde das gleichnamige Geschäft für Luxusaccessoires und Designerware für Männer von zwei Frauen eröffnet.

### **Marcus, Eric**

Ein US-amerikanischer Schriftsteller (\* 1958) und TV-Produzent sowie berühmter Verfechter von Homosexuellenrechten.

### **Mariachi**

Ein bis heute in seinen etymologischen Ursprüngen widersprüchlicher Ausdruck für ein lebendiges, in den Bann ziehendes Volksmusik-Ensemble aus Mexiko mit weit älterem Ursprung als dem 19. Jahrhundert. Das Ensemble besteht seit einer Professionalisierung durch die *Mariachi Vargas*-Band ab Mitte des 20. Jahrhunderts aus sechs bis acht Geigen, zwei Trompeten und einer Gitarre sowie einer hohen Vihuela-Gitarre, einer tiefen Guitarrón-Gitarre und einer Harfe. Mariachi-Musik ist in ihrer Art des Zusammenspiels einzigartig, weil Instrumente und Rhythmik sehr kontrastreich und synthetisch zugleich sind. Mariachis verkörpern damit auf besondere Weise Mexikos Lebendigkeit. Mariachi-Bands spielen zu traditionellen Festen wie Hochzeiten, sind heute aber auch eine beliebte Touristenunterhaltung. Ihre Musik über das einfache Landleben und die Beziehung von Mann und Frau war von Anfang an auch immer Tanzmusik für verschiedene individuell oder in Gesellschaft getanzte Stile. Im Laufe der Zeit entwickelte sich mit der Mariachi-Musik auch ein gewisses Outfit wie der *traje de charro*, eine Art Reiterstil, wo der Mariachi eine reich bestickte, hüftlange Jacke über enge Wollhosen, die sich leicht über Reiterstiefel öffnen, trägt.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Marijuana**

Ein Produkt der Cannabis-Pflanze, auf Deutsch Marihuana und umgangssprachlich "Gras" oder "Weed", es handelt sich dabei um die getrockneten Blüten mit den zumeist unbefruchteten Blütenständen der weiblichen Hanfpflanze (Cannabis), das berauschend wirkt.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Mario Portolano**

Eine alteingesessene italienische Firma für Handschuhe in Familienhand, benannt nach dem Begründer Fortunato Portolano 1895 in Neapel. Die Portolano-Marke steht für exklusive, handwerklich perfekte Handschuhe aus erlesenem Leder und kreativem Design, während in Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Designschaffenden diverse Produktlinien für Konfektionsmode gezeichnet werden.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Mario Valentino**

Eine italienische Modemarke seit 1952, die vom gleichnamigen Begründer kreiert wurde. Der ehemalige Schuhdesigner aus Neapel (\* 1927, † 1991) begann 1968 mit der Kreation von exklusiven Lederhosen und -jacken und erwarb sich mit seinen ausgefallenen Lederkollektionen, wo er mit innovativen Techniken das Material "Leder" so fein wie einen Stoff aus Seide verarbeitete, Anfang der 1980er-Jahre einen internationalen Ruf.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Marlboro**

Eine Zigarettenmarke des 1854 in London, England, gegründeten Philip Morris-Unternehmens mit Sitz in den USA, einem der größten Hersteller von Tabakwaren weltweit. Die Marlboro-Zigarette, eine der weltweit meistverkauften Zigarettenmarken, wurde durch die Leuchtreklame mit dem Marlboro-Man mit dem "tough guy"-Image eines Cowboys oder Bauarbeiters bekannt und berühmt. Die Marlboro-Zigarette wurde 1924 als Frauen-Zigarette mit dem Slogan "Mild As May" eingeführt und bis zu ihrem Einbruch im Zweiten Weltkrieg auch so vermarktet. Danach eroberten und beherrschten Camel, Lucky Strike und Chesterfield den Markt. Als 1957 *Reader's Digest* einen Artikel veröffentlichte, in dem das Rauchen mit Lungenkrebs verbunden wurde, erkannte Philip Morris seine Chance und brachte eine neue Marlboro mit einem Filter als Alternative zu den filterlosen Zigaretten auf den Markt und etablierte daraufhin das Bild des rauen, starken "Marlboro Mannes" als leicht erkennbare und vor allem identifizierbare Marke für den "starken" Mann (oder die "starke" Frau). Das Rauchen von Zigaretten allerdings galt im Zuge des wachsenden Gesundheitsbewusstseins in den 1980er-Jahren als zunehmend verpönt.

Siehe *Morris* und *Parliament*

### **Marlin Mirrors**

Ein 1975 gegründetes kanadisches Unternehmen der Schatzky-Familie mit der gleichnamigen Marke für Glasverkleidungen und -spiegel, die mit dem Slogan "Perfection in Reflection since 1975" beworben wird.

### **Marolagos, Laura**

Eine US-amerikanische Kostümdesignerin (\* 1959) für Film- und Theaterproduktionen mit Durchbruch in den 1980er-Jahren.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Mars**

Ein Nachtlokal im East Village von NYC in den 1980er-Jahren, das für seine günstigen alkoholischen Getränke und die Musik der 1960er- und 70er-Jahre bei Studierenden, Punks und Hippies wie Szene-Leuten nach Mitternacht beliebt war.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Martin Dingman**

Eine US-amerikanische Lederwarenmanufaktur aus Arkansas, vom gleichnamigen Designer 1990 gegründet. Dingman steht für individuell handgefertigte Koffer, Brief- und Aktentaschen, Gürtel sowie Handschuhe aus ausgefallenen Ledermaterialien wie amerikanisches Wild oder Nilkrokodil. Dingmans erste Modemarke, die er 1983 lancierte, war die Krawattenlinie Rainbow Neckwear.

Siehe *Rainbow Neckwear* und *MODE in den 1980ern*

### **Martini**

Ein alkoholisches Getränk aus Italien (Martini & Rossi S.p.A.), welches ab Mitte des 19. Jahrhunderts zum Vorreiter für ein ganzheitlich angelegtes, künstlerisches Produktmarketing und in den 1980er-Jahren zum beliebten Aperitif für Yuppies wurde.

### **Marx, Richard**

Ein US-amerikanischer Poprockmusiker (\* 1963), dessen musikalische Karriere als Backgroundsänger für Lionel Richie und in Werbespots begann und der ab 1987 mit leicht verdaulichen, kommerziellen Rockballaden wie "Don't Mean Nothing" für kurze Zeit erfolgreich war. Seine CD *Repeat Offender* produzierte 1989 nacheinander die drei Top-Hits "Hold on to the Nights", "Satisfied" und "Right Here Waiting". Marx' Karriere gipfelte in einer Grammy-Nominierung Ende der 1980er als Best Male Rock Vocal Performance.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Mason, Jackie**

Ein jüdischer Stand-up-Comedian (\* 1931, † 2021), der im noblen New Yorker Second Avenue Kosher Deli durch politisch unkorrekte Witze bekannt geworden war. Mit folgender Delikatessen-Szene in *American Psycho* belegt Ellis den Antisemitismus seines Erzählerprotagonisten Bateman bzw. karikiert dessen politisch korrektes Yuppie-Image:

[...] I enter a shabby delicatessen on Second Avenue and I'm still confused, mixed up, sweaty, and I walk over to a short, fat Jewish woman, old and hideously dressed. "Listen," I say. "I have a reservation. Bateman. Where's the maitre d'? I know Jackie Mason," and she sighs, "I can seat you. Don't need a reservation," as she reaches for a menu. (AP 152)

Mason, der seine Jugend an der Lower East Side in Manhattan, New York, verbrachte, sollte – so wie viele Generationen in seiner Familie vor ihm – Rabbi werden. Drei Jahre nach seiner Rabbi-Weihe mit 28 Jahren beschloss Mason jedoch Komiker zu werden. Mit der Art Masons, unter anderem gegen Schwarze politisch unkorrekt vorzugehen – und darauf spielt Bateman an – stellte sich sein Erfolg zunächst nur langsam aber dann bahnbrechend ein. Neben der US-Serie "Chicken Soup" sollte ihm die zweijährige Einmann-Show am Broadway mit dem Titel "The World According to Me" gleich zu Beginn des Jahres 1989 den nationalen und über seine Europa-Tourneen auch den internationalen Durchbruch bringen. Mason erhielt 1989 den Tony Award für "Outstanding Theatrical Achievement", einen Emmy Award sowie eine Nominierung für den Grammy. Von da an folgten ausverkaufte Broadway-Shows, Bücher, Filme, Auszeichnungen, Radioshows und weitere internationale Auftritte und Lesungen des Kabarettisten. Jackie Mason wurde zum "rechten" Zeigefinger der Nation, wenn es darum ging, mit Wortwitz über persönliche Beziehungen zu sinnieren und Amerikas kulturelle Unterschiede sowie politische und soziale Schwachpunkte zu transkribieren und im neoliberalen Sinne zu kanalisieren.

### **MASSEN MEDIEN in den 1980er-Jahren: Vielfalt hält Einzug**

Ellis zeigt durch die Wahl seiner massenmedialen Populärkulturreferenzen und durch deren Verwendung in *American Psycho* die Entwicklung der Massenmedien Presse, Radio, Kino und Fernsehen Ende der 1980er-Jahre auf. Er belegt mit seinem Protagonisten Bateman die meinungsstiftende Macht und Kraft der Massenmedien (als vierte Macht im Staat); er zeigt aber auch, dass mit dem Eindringen von Wirtschaftsinteressen in alle Lebensbereiche jegliche Privatsphäre und gesellschaftliche Tabus für kommerzielle Interessen ausgeschlachtet werden. Ellis bedient sich auch der Massenmedien, um seinen Text zeitlich einzuordnen und zugleich in einen politischen wie historischen Kontext einzubetten. Daneben demonstriert der Autor mit seinem Roman, einem Populärkulturtext, wie Massenmedien historische Fakten und subjektive Assoziationen vermitteln, wie also (US-amerikanische) Geschichte durch die Medien gemacht wird und daher mit (konventionellen) Schemata gar nicht mehr erfasst werden kann. Die Massenmedien haben die amerikanische Populärkultur des 20. Jahrhunderts inhaltlich und ästhetisch geformt:<sup>1314</sup>

The factor that has united the American Media more thoroughly than any other has been their appeal to the mass of the population. The press, the cinema, radio and TV have all, at different times, served to bring together people from disparate backgrounds, uniting the culture in the recognition of, if not actually in devotion to, new sets of cultural norms.<sup>1315</sup>

Der Einfluss der Massenmedien in den USA bei der Prägung des amerikanischen Selbstbildes und bei der Repräsentation der amerikanischen Nation weltweit ist heute so groß, dass es schwierig ist, zwischen einer Medienwirklichkeit und der Realität im Amerika des 21. Jahrhunderts zu unterscheiden: Den Medien war bei der Prägung der Nationalidentität und -werte seit jeher ein großer Freiraum gegeben worden. Dieser Machteinfluss hängt stark mit den ökonomischen und sozialen Veränderungen im "Einwanderungsland" Amerika im 19. und 20. Jahrhundert zusammen. Denn die Presse, das Kino, das

<sup>1314</sup> Vgl. Ruth Vasey und ihr Essay "The Media" in *Modern American Culture* (Ed. Mick Gidley, New York: Longman, 1993: 219–38) und Brucoli and Layman, *AD 80s*, 425–54 als Grundlagentexte für diesen Eintrag.

<sup>1315</sup> Vasey, 236.

Radio und das Fernsehen wirkten von Anfang an vermittelnd zwischen den konservativen und progressiven Kräften, um – im Gegensatz zu den einzelnen Nationen in Europa – ein gemeinsames ikonografisches Vokabular zwischen den verschiedenen Gemeinschaften in den USA zu schmieden. Grundlegend dabei war die kapitalistische Unternehmensprämisse des Profits und der gemeinsame Status als populäre Massenmedien. Letzteres sollte der amerikanischen Populärkultur allerdings immer wieder den Vorwurf einbringen, inhaltsleer und ohne künstlerischen Wert zu sein (ein Vorwurf, der durch eine Auseinandersetzung mit den verschiedenen Formen der Populärkultur in den USA vor Ort und weniger auf der Basis importierter US-Kultur jedoch leicht entkräftet werden kann). Der Einfluss des Fernsehens sollte seit der Person John F. Kennedy zu einem zentralen Wesensmerkmal im gesellschaftspolitischen Prozess in Amerika werden.<sup>1316</sup> TV-Auftritte, Zeitungsinterviews und -reportagen hatten den Präsidenten der öffentlichen Bevölkerung in den späten 1950er-Jahren so bekannt gemacht, dass Kennedy bereits vor seiner Präsidentschaftskandidatur 1959 von 70 % der WählerInnen erkannt wurde.<sup>1317</sup> Seine Teilnahme am Dokumentarfilm "Primary" (1959) über seine Wahlkampagne für die Präsidentschaftsnominierung führte zur berühmten TV-Debatte mit seinem republikanischen Rivalen Richard Nixon 1960, in welcher Kennedys positives Medienimage ausschlaggebend für seinen Wahlsieg werden sollte. 1960 besaßen bereits mehr als 90 % der amerikanischen Haushalte einen Fernseher.<sup>1318</sup> Als erster Fernsehpräsident sollte John F. Kennedy daraufhin die von Roderick Hart bezeichnete "era of (television) personality politics" einleiten, in der Politik im Fernsehen gemacht wird.<sup>1319</sup> Die Macht der Fernsehbilder sollte von da an nicht nur zukunftsweisend sein, sondern neben der Ideologie des Konsums auch die heutige Verflechtung von Wirtschaft und Politik implementieren: Mit dem Cartoon *The Jetsons* (1962), der das Leben auf einer hochtechnologischen Erde im 21. Jahrhundert zeigte, und mit der Fernsehserie "Star Trek" Ende der 1960er-Jahre, die das Leben im Weltraum porträtierte, begleitete das Fernsehen das Weltraumprogramm der Regierung.<sup>1320</sup> Kostete 1968 eine Werbeminute im Fernsehen bereits 22000 US-Dollar und damit fünfmal so viel wie eine Sendeminute, bezahlte ein Unternehmen 1986 während des Super Bowls (Endspiel der amerikanischen Football-Meisterschaft) bereits 1,1 Millionen US-Dollar für eine Werbeminute.<sup>1321</sup> Das Fernsehen war zur ideologischen Grundlage der amerikanischen Konsumgesellschaft geworden. Die Vernetzung der Massenmedien und ihrer Macht der Mythenbildung würde ironischerweise die Ermordung John F. Kennedys am 22. November 1963 zum ersten Mal sehr entscheidend zeigen:<sup>1322</sup> Die mediale Darstellung war so massiv, dass am Tag der Ermordung um 6 Uhr abends bereits 99,8 Prozent der Amerikanerinnen und Amerikaner wussten, dass Kennedy ermordet worden war. Mittels Fernseh wiederholung wurden die ZuseherInnen sogar zu Zeuginnen und Zeugen, die diese Ermordung immer wieder "live" miterleben konnten. Das erhöhte die emotionale Wirkung des Ereignisses und der nachfolgenden Geschehnisse (wie die Ermordung des Mordverdächtigen Lee Harvey Oswald durch Jack Ruby oder das Begräbnis im Rahmen der Familie) und trug in ungeahnter Weise zur Mythisierung Kennedys und zum Zusammengehörigkeitsgefühl der Nation bei. Die gemeinsame Erinnerung war jedoch ausschließlich ein Medienkonstrukt des Ereignisses und begründete sich auf dem Fernsehmaterial, der Stimme des Kommentators und auf den Fotos in der Presse. Das Attentat auf den Ex-Präsidenten Ronald Reagan am 30. März 1981, 20 Jahre später, belegt die bis dahin bereits stattgefundenen, implizierte Desensibilisierung mit dem Fernsehen: Das aufgezeichnete Attentat wurde zuerst durchaus als Schock in der Bevölkerung wahrgenommen; die Erschütterung selbst sollte sich jedoch mit jeder Wiederholung des Attentats im Fernsehen abnutzen, weil die Szene des Attentats auf den meisten Fernsehkanälen – wie ein Videoclip – immer wieder in die unmittelbar einsetzende, 24-h-Nonstop-Berichterstattung eingespielt wurde. Da das Fernsehen nun als zusätzliche "visuelle" Informationsquelle auch emotional erlebt wurde, sollte die Konfrontation der amerikanischen Nation mit schockierendem Material zunächst auch breite, gesellschaftspolitische Veränderungen bewirken, was auch die Macht der Bilder und die Verantwortung der Fernsehsender seither belegen: So verfolgte die amerikanische Bevölkerung 1963 erstmals "live" die brutale

<sup>1316</sup> Vgl. u.a. Winkler, 222 f. und *AD 70s*, VIII ff. im Diskurs. Vgl. auch Julika Griem, "Screening America: Representations of Television in Contemporary American Literature," *Technology and American Culture* (a special issue of *Amerikastudien/American Studies* 41.3, 1996): 465–81.

<sup>1317</sup> Vgl. Mamiya, 75.

<sup>1318</sup> Vasey, 232.

<sup>1319</sup> Vgl. Roderick Hart, *Seducing America: How Television Charms the Modern Voter* (rev. ed., London: SAGE, 1999) über die (Aus)Wirkung von im Fernsehen übertragener und gemachter Politik auf die amerikanischen BürgerInnen als WählerInnen.

<sup>1320</sup> Vgl. Alex McNeil, *Total Television: The comprehensive guide to programming from 1948 to the present* (New York: Penguin, 1996) 430.

<sup>1321</sup> Mamiya, 72.

<sup>1322</sup> Robert Sobel, *The Manipulators: America in the Media Age* (Garden City: Double Day, Anchor Press, 1976) 348.

Niederschlagung der Rassenunruhen in Birmingham, Alabama, durch die Polizei. 1968 fasste ein Fernsehclip die Brutalität des Vietnamkriegs zusammen und spaltete damit die Nation. Die Fernsehserie "All in the Family" (1969) wiederum reflektierte erstmals die verschiedenen Konflikte in einer US-amerikanischen Familie. Weitere Sitcoms und politische Talkshows in den 1970er-Jahren folgten, welche die in Veränderung begriffenen Gesellschaftsstrukturen verarbeiteten. Die afroamerikanische Geschichte wurde in die Fernsehserie "Roots" gepackt und damit Rassenpolitik gemacht. Aber auch die Fernsehkomödie *M\*A\*S\*H* (Mobile Army Surgical Hospital: 1972–83) nach dem gleichnamigen Film (1970) sollte das Trauma des Koreakriegs – parallel zum Trauma des Vietnamkriegs – serienmäßig aufarbeiten, wobei die Mischung aus realer Dokumentation und schwarzem Humor neue Standards in der Soap-Opera schuf und mit ihrer letzten Episode im Jahr 1983 das größte Fernsehpublikum in der amerikanischen Fernsehgeschichte versammeln. Das amerikanische Fernsehen verband die ikonografische Macht des Kinos mit den Werbemethoden des Radios und besaß die Autorität der Presse.<sup>1323</sup> Mehr als jedes andere Medium versteht es die Grenzen zwischen der privaten und öffentlichen Sphäre zu verwischen. Die "sprechenden Köpfe" begannen das Wohnzimmer, die Spielräume und das Schlafzimmer zu infiltrieren, und die Mischung aus Unterhaltung, Nachrichten und Werbung, die das Radio und die Presse gekennzeichnet hatte, wurde nun in völlig neuer, hypnotischer Form in das häusliche Leben eingeschleust. Das Fernsehen war zu einem fixen Bestandteil im amerikanischen Haushalt geworden: "Television can be used in structuring daily life in the three dimensions: space, time and social relations. Television is essentially a domestic medium. The routines of viewing are part of the domestic routines by which home life is organized."<sup>1324</sup> Die magische Box kann beliebig ein- und ausgeschaltet werden oder unentwegt laufen und mit ihren Bildern die eigenen vier Wände "psychisch austapezieren" ganz nach dem Motto "Ein Melodrama pro Tag zur eigenen Lebensbewältigung":<sup>1325</sup>

Television is part of the symbolic order we are creating out of everyday culture. [...] the television receiver has quietly and smoothly assumed the role of household god, becoming the focal point for interior designers and homeowner alike. [...] Television also gives day and night a certain rhythm. [...] It is ironic that telling us about the insecurity in the world, as the evening news in fact does, telling us about crisis, wars and catastrophes, makes us feel that everything is under control. Rituals are acts that people perform without explicitly knowing why, and at the same time there exists a set of rules for how to carry out the acts. [...] The 'instrumental' justification [for watching the evening news, e.g.] is to be informed, but the implicit purpose, which makes watching the program valuable, is the experience of ending the workday and the beginning leisure.<sup>1326</sup>

Mit der Popularisierung des Fernsehens und der Erfindung des Videorecorders sollte auch die ikonografische Macht des Kinos unterlaufen werden: Kinofilme waren wenige Zeit später bereits auf Video erhältlich oder liefen im Fernsehen. Das Kino in den 1980er-Jahren musste sein Publikum ins Kino locken – mit neuen technischen Möglichkeiten der Vorführung wie zum Beispiel dem Dolby-System und spannenden Trailern im Fernsehen oder mit der Bewerbung des Kinobesuches als "Event".

Using the products of mass culture is a social act, and it has its meaning within a social context. There is an interaction between the mass mediated culture's commodities and ideas and the meaning they have in people's everyday communication. The people confirm and interpret their own values in conversations about watching television or reading the newspapers. The products of mass-media take on a different meaning in the context of everyday life than they have in the 'context of mass-media'.<sup>1327</sup>

Patrick Batemans "Gebrauch" realer Presseprodukte aus den 1980er-Jahren zeigt deren starke meinungsbildende Macht beim Protagonisten und belegt zugleich dessen Abhängigkeit (Abonnement) von der medial aufbereiteten Auseinandersetzung mit seinem soziopolitischen Umfeld bzw. das Fehlen eines eigenen Denkvermögens. Batemans Kulturwissen, das sich auch auf sein Yuppie-Umfeld erstreckt, erscheint als eine (von Ellis parodierte) Collage aus Meinungen aus dem *Wall Street Journal* und der *Financial Times*, der *New York Times* und *The Economist*. Batemans vorrangiges Interesse an U2 und Donald Trump zeigt, wie über Titelgeschichten Personen "gehypt" oder "geoutet" – Sympathien gesteuert – werden können. Die massenmediale Auswahl reflektiert Batemans Interesse, das sich auf folgenden Nenner bringen lässt: Lebensstil, Mode, Essen, Sport, Sex, Gewalt, Geld, Wirtschaft, Politik. Allerdings täuscht das breite Interesse. Batemans Informationsquellen sind nicht die "seriösen" Zeitungen und Zeitschriften; diese hat er nur pro forma abonniert. Er bezieht seine Informationen aus sensationsheischenden und ausschließlich absatzorientierten Boulevardblättern wie *USA Today*,

<sup>1323</sup> Vgl. Vasey, 231 ff.

<sup>1324</sup> John Fiske, *Television Culture* (London: Methuen, 1987) 72. Vgl. Melvin L. Defleur and Sandra Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication* (New York: David McKay Co., 1975) 9.

<sup>1325</sup> Vgl. *AD 60s* (Introduction, VII).

<sup>1326</sup> Torunn Selberg, "Television and Ritualization of Everyday Life," *Journal of Popular Culture* 26.4 (Spring 1993): 5 ff.

<sup>1327</sup> Ebda., 3.

*Washington Post* und *New York Post* oder aus *Special Interest*- oder anderen Hochglanz-Zeitschriften. Die erwähnten *Special Interest*-Zeitschriften und Hochglanzmagazine haben in den 1980er-Jahren entweder einen Boom erlebt oder sind zu jener Zeit gegründet worden (*GQ* oder *Sports Illustrated*); neue Marktforschungsmethoden ermöglichten eine genauere Zielgruppenbestimmung und damit eine weitere Aufspaltung der Leserschaft. In der Folge entstanden neue Zeitschriften mit nur geringfügig unterschiedlichen Inhalten, die sich in der Zielgruppe durchaus überschneiden. Wenn also jemand – so wie Bateman – “in” und “up-to-date” sein wollte, musste er/sie notgedrungen ein ganzes Spektrum an Magazinen beziehen. Abonnements wurden von da an gerne genutzt; sie waren einfach zu handhaben und bequem. Charakteristisch für ein Hochglanzmagazin ist das Bildmaterial, das den Textinhalt in den Hintergrund drängt. Bei Bateman scheinen diese Lebensstil-Magazine neben einer “Ratgeberfunktion” geradezu exemplarisch die Konsumsensibilität zu fördern. Daneben wurden mit den Hochglanzmagazinen oder Boulevardblättern seit den 1980ern mehr denn je “Persönlichkeiten” kreiert bzw. gehypt, und zwar, indem über jedes Lebensdetail und über jeden Schritt kontinuierlich berichtet wurde und wird. Damit können sich die Leserinnen und Leser Kontinuität in einer zunehmend fragmentierten und isolierten Gesellschaft schaffen. Grundsätzlich aber trägt die mediale Überflutung des Alltagslebens mit männlichen und weiblichen “Stars” dazu bei, dass das eigene Leben als unwichtig empfunden wird und sich der einzelne Mensch durch den Auftritt in einer Talkshow beispielsweise oder immer öfter über eine Gewaltaktion wichtig macht. Ein Merkmal der Massenmedien in den USA seit ihren breiten Anfängen im 20. Jahrhundert war ihre wirtschaftliche Vernetzung untereinander. So war es üblich, dass eine Radiostation auch eine Filmproduktionsfirma in Hollywood besaß und vice versa. Der Unterschied zu der Entwicklung in den 1980er-Jahren war, dass es sich bei dieser Verflechtung zumeist um dieselbe Medienbranche handelte. Deregulierende Regierungsmaßnahmen und eine angebotsorientierte Wirtschafts- und Steuerpolitik führten in den 1980er-Jahren zu Medienkonglomeraten. Durch Zusammenschlüsse (Mergers) begannen die US-amerikanischen Medien ihre Position am nationalen und später internationalen Markt zu stärken: Die großen nationalen Fernsehstationen wurden von großen Unternehmen aufgekauft, kleine Verlagshäuser zu multimedialen Verkaufshäusern umfunktioniert und Lokalzeitungen von großen nationalen Zeitungsunternehmen übernommen. Als Lokalstimmen einer nationalen Zeitung mussten diese auch deren Verlagslinie folgen. Ähnlich der Aufspaltung des nationalen Fernsehmarktes durch die Kabelkanäle seit den 1970er-Jahren entwickelte sich ob der deregulierenden Maßnahmen auch der nationale Telefonmarkt in eine solche Richtung. Ein Blick auf die Geschichte vieler Unternehmen aus den 1980ern zeigt deren Entwicklung in und unter Dachgesellschaften als Tochterfirmen mittels Fusionen, feindlicher Übernahmen oder Neugründungen. Die Investitionen, die sich in Riesenprofiten und -verlusten auswirken sollten, erreichten astronomische Höhen und führten zur massenweisen Überhäufung der amerikanischen Bevölkerung mit neuen Zeitschriften, Kabelkanälen, Kinofilmen, Büchern, Videokassetten und Audiokassetten. Das Angebot – gut beworben – weckte die Nachfrage.

### **Masser, Michael**

Ein US-amerikanischer Liedtexter und Produzent der 1970er- und 1980er-Jahre (\* 1941, † 2015), der – spezialisiert auf große R&B-Balladen – mit Diana Ross’ Song 1973 “Touch Me in the Morning” und einer Oscar-Nominierung seinen Durchbruch hatte und für Größen wie George Benson oder Neil Diamond schrieb. 1984 begann Massers Zusammenarbeit mit Whitney Houston, für die er zunächst im Duett mit Teddy Pendergrass den Song “Hold Me” schrieb. Mit Whitney wurde er zu Arista geholt, wo er an drei Top-Hits auf ihren ersten zwei Alben mitschrieb “Saving All My Love for You”, “The Greatest Love of All” (zusammen mit Linda Creed) und “Didn’t We Almost Have It All”. Mit Whitney Houston hatte Masser auch seinen Höhepunkt als Texter und Produzent erreicht.

Siehe *Creed, Linda* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Matisse, Henri**

Ein französischer Maler, Bildhauer und Drucker (\* 1869, † 1954), der 1905 die Bewegung des Fauvismus einleitete.

### **Matsuda**

Eine japanische Modemarke nach dem gleichnamigen Modeschöpfer Mitsuhiro Matsuda (\* 1934, † 2008), der in den 1980er-Jahren den internationalen Markt eroberte, für die Verbindung von asiatischem Minimalismus und westlichem Dekor stand und mit seiner Brillenmode berühmt wurde.

Siehe *MODE in den 1980ern*



### **Maud Frizon**

Eine französische Modedesignerin und auch Mannequin, (Nadine) Frizon de Marco (\* 1941), die am Ende der 1960er-Jahre zusammen mit ihrem Mann eine gleichnamige Marke für exklusive Schuhe kreierte, deren hohe Absätze zum Markenzeichen wurden. Weiters steht Frizon auch für Herren- und Kinderschuhe, Schals und Tücher sowie für Strickwaren.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Mauna Kea**

Ein schlafender Vulkan (4205 m) auf der US-Insel Hawaii mit dem höchstgelegenen astronomischen Observatorium der Welt. Das "Mauna Kea Beach Hotel" an der Kauna'oa Bucht war Teil der Hotelkette von Laurance S. Rockefeller, einem US-Hotelier, und seiner Vision eines modernen Tourismusprojektes in Mauna Kea in den 1970er-Jahren.

Siehe *Hawaii*

### **Mays**

Eine 1927 vom russischen Immigranten Joe Weinstein gegründete Kaufhauskette Mays (J. W.) Inc. in und um New York City, welche wegen der zu hohen Renovierungskosten ihrer Immobilien 1989 schließen musste und ihre Geschäftsräume daraufhin für das Immobiliengeschäft nutzte.

### **McCoy, Sherman**

Ein fiktiver Immobilienmakler und Protagonist aus dem 1987 erschienenen Yuppie-Roman *The Bonfire of the Vanities* des US-amerikanischen Journalisten und Schriftstellers Tom Wolfe mit großer Faszination für die Welt der Wall Street.

Siehe *Pierce & Pierce*

### **McDonald's**

Ein Schnellrestaurant, das - 1948 von Richard und Maurice McDonald in San Bernardino, Kalifornien, eröffnet - als US-amerikanische Fast-Food-Kette (24/7) und Franchise-Unternehmen seine zunächst nationale, dann weltweite Verbreitung fand.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **McFerrin, Bobby**

Ein US-amerikanischer Stimmvirtuose mit einer klassischen Vorbildung (\* 1950), der in den Genres Jazz, Pop und Klassik zuhause ist und mit einer außergewöhnlichen Stimmperformance in den 1980er-Jahren seinen breiten Durchbruch hatte: McFerrins außergewöhnliche Stimme umfasst acht Oktaven, die er für rhythmische Stimmkapriolen nutzt. Nach verschiedenen Band- und Kabarettprojekten, einem Auftritt beim Playboy Jazz Festival 1980 durch Bill Cosby und beim Kool Jazz Festival 1981 erhielt McFerrin einen Plattenvertrag bei Elektra. 1982 erschien sein Debütalbum *Bobby McFerrin*, dem folgte 1984 *The Voice*, ein Jazz-Album mit McFerrins Stimme ohne Musikbegleitung, etwas, was es in der Art noch nie gegeben hatte. *Spontaneous Inventions* 1985 führte weiter in Richtung Jazz, während sein Auftritt in Werbespots und die Vertonung des Titelsongs der "Cosby Show" ihn bei einem Mainstream-Publikum bekannt machten. "Don't Worry, Be Happy" wurde zum Ohrwurm im Jahr 1988. Ende der 1980er-Jahre gründete McFerrin ein eigenes A Cappella-Orchester mit dem Namen "Voicestra".

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **McGinniss, Joe**

Ein US-amerikanischer Autor (\* 1942, † 2014) des *truecrime*-Romans *Fatal Vision* (1984) sowie Entdecker und Tutor von Bret Easton Ellis am Bennington College in Vermont, Kalifornien.

Siehe *Fatal Vision*

### **McGlinn, Evan**

Ein US-Journalist, der in den 1980er-Jahren als Chefredakteur bei *Forbes* über das gute Leben und Reisen sowie "gadget-fetishism" schrieb.<sup>1328</sup>

### **McManus, Tony**

Ein schottischer Gitarrist (\* 1965), der sich auf keltische Musik spezialisiert hat und mit seinem eigenen Stil in den 1980er-Jahren den internationalen Durchbruch hatte.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

---

<sup>1328</sup> Evan McGlinn, "Absolut Marketing: Michel Roux and his marketing tactics for Absolut," *Forbes* 12 November 1989: 282-86.

## **MDP**

Eine Abkürzung für englisch "Multi Disc Player", ein von Sony entwickeltes Videodisketten-Gerät, das eine Diskette auf beiden Seiten abspielen und von einer Fernbedienung gesteuert werden kann.  
Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

## **Meadowlands**

Eine 700 ha große Oase der Unterhaltung in "The Meadowlands", einem bekannten Feriengebiet in New Jersey, berühmt für sein Biotop. Meadowlands besteht aus drei Gebäudekomplexen – dem Giants Stadium (seit 1976 für Sportevents), der Continental Airlines Arena (für Konzerte) und The Meadowlands Racetrack (für Pferderennen). Das Areal war bereits Übertragungsort von 100 großen Fernsehveranstaltungen, vom Rockkonzert von Bruce Springsteen bis zum Besuch des Papstes. Meadowlands gehört der New Jersey Sports and Exhibition-Behörde.

## **Megadeth**

Eine US-Heavy-Metal-Band, die im Zuge des Erfolges von Hardcore-Musik in den mittleren bis späten 1980ern einen breiten Publikumserfolg hatte. Die Gruppe, die 1983 von Ex-Metallica Sänger/Gitarrist Dave Mustaine gegründet wurde, verkörperte mit ihrer Musik das Subgenre von Heavy Metal: *Speed Metal* oder *Thrash Metal*, dessen Aggressivität und schnelles Tempo dem Hardcore-Punk der frühen 1980er entlehnt worden war. "[S]peed metallers may be credibly rebellious but they lack the passion and sweep of the original punks; their pummeling sound embodies alienation and anger without the punks sense of transcendent exhilaration."<sup>1329</sup> Folgende Textpassage in *American Psycho* macht im Kontext des Romans auch Ellis Kritik an der Verwässerung originaler Heavy-Metal-Musik sichtbar:

Evelyn [...] tells Courtney to fetch Stash and Vanden. [...] "If I can tear them away from the latest Megadeth video," Courtney says before exiting. (AP 11)

Vanden und Stash kontrastieren zwar äußerlich die Yuppie-Erwachsenenwelt in *American Psycho* mit ihrem "rebellischen", punkigen Aussehen, ihre Apathie dem Textgeschehen gegenüber zeigt jedoch, dass sie keinen Widerstandsgeist besitzen. Im Gegenteil, sie konsumieren vielmehr – wie viele ihrer Zeitgenossinnen und -genossen – die provokante Aggressivität der Heavy Metal-Band, welche (wie viele andere Bands aus ihrer Zeit) vom konservativen Amerika gefürchtet und als Sündenbock für soziale Probleme bekämpft wurde. Der Pop-Artist Robert Longo zeichnet übrigens verantwortlich für das MTV-Video der Musikgruppe Megadeth. Damit dürfte dieses Zitat auch indirekt den Künstler Longo kritisieren, der sich vom Kritiker der Massenkultur in den 1960er-Jahren zu ihrem Komplizen in den 1980er-Jahren gewandelt hatte.

Siehe *MTV* und *MUSIK in den 1980ern*

## **Melior**

Eine Küchenproduktlinie des international tätigen dänischen Familienunternehmens für Haushaltswaren Bodum seit 1944. Als Erfinder der "French"-Kaffeemaschine expandierte das Unternehmen in den 1980er-Jahren durch Kooperationen mit Designerinnen und Designern weltweit, eröffnete unter anderem auch ein Geschäft in New York und etablierte das Unternehmen als gleichnamige internationale Marke. Bodums Credo lautet, dass gutes Küchendesign nicht teuer sein muss.

## **Melrose**

Ein in den 1980er-Jahren vor allem von Modedesignern frequentiertes Restaurant mit neuer amerikanischer und mediterraner Küche, an der Upper East Side in New York City gelegen.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

## **Memorial Day Sale**

Ein Ausverkaufstag, der traditionell am "Memorial Day", dem nationalen Gedenktag der USA für die im Krieg für das Heimatland Gefallenen, am letzten Montag im Mai stattfindet. Der Memorial Day wurde zunächst als "Decoration Day" anlässlich des Amerikanischen Sezessionskrieges 1868 eingeführt und später umbenannt.

## **Menorah**

Ein siebenarmiger Leuchter und Symbol im jüdischen Glauben. Mit folgender Szene illustriert Ellis den falschen Gebrauch jüdischer Stereotype unter "Yuppies" und erzeugt mit der gegenseitigen Zurechtweisung unter Kollegen zugleich Situationskomik:

<sup>1329</sup>

Vgl. Jim Farber, "Megadeth," *Rolling Stone* 24 March 1988: 168–69.

“Listen, I’ve seen the bastard sitting in his office on the phone with CEOs, spinning a fucking menorah. The bastard brought a Hanukkah bush into the office last December,” Preston says suddenly, peculiarly animated.

“You spin a dreidel, Preston,” I say calmly, “not a menorah. You spin a dreidel.” (AP 37)

Siehe *Hanukkah* und *Dreidel*

### **Mergers**

Ein wirtschaftlicher Fachterminus für den seit den 1980er-Jahren initiierten Usus von Unternehmen zu fusionieren bzw. sich zusammenschließen, um weiterhin am Markt konkurrenzfähig und damit bestehen zu bleiben bzw. eine feindliche Übernahme zu verhindern.

Siehe *Hostile takeover* und *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **Merit Ultra Light**

Eine Zigarettenmarke des 1854 in London, England, gegründeten Philip Morris-Unternehmens mit Sitz in den USA, einem der größten Hersteller von Tabakwaren weltweit. Die Zigarettenindustrie reagierte in den 1980er-Jahren auf das weltweit steigende “Gesundheitsbewusstsein” seiner Kundschaft mit der Einführung von Light- bzw. Ultra Light-Zigaretten, deren niedrigerer Nikotingehalt jedoch mit einem höheren Zigarettenkonsum kompensiert wurde.

Siehe *Marlboro* und *Parliament*

### **Mets, The New York**

Ein 1962 gegründetes US-amerikanisches Baseballteam der obersten Spielklasse in Queens, New York City, das in den 1980er-Jahren seinen Höhepunkt hatte: 1986 und 1988 gewannen The New York Mets den Titel in ihrer Spielklasse, 1986 die Standarte der Nationalliga und auch den Weltserie-Meistertitel.

### **Michael, George**

Ein britischer Popsänger (\* 1963, † 2016), dessen Erfolg mit Wham!, einer 1982 zusammen mit Andrew Ridgeley gegründeten Popgruppe und einem Mix aus verschiedenen Stilen von Rap zu langsamen Balladen begann. Die Gruppe Wham! trennte sich 1986. *Faith* (1987) war George Michaels erstes Soloalbum, brachte ihm 1988 einen Grammy und mit einer Reihe von Hitsingles auch seinen Durchbruch als internationaler Musikstar.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Michael Kors**

Eine US-amerikanische Modemarke nach dem gleichnamigen Modedesigner (\* 1963) seit 1981, die unter anderem über Bergdorf Goodman und Saks Fifth Avenue vertrieben wurde und daraufhin für perfekt geschnittene Sportbekleidung aus Luxusmaterialien mit einem sinnlichen Touch stand. Über die Zusammenarbeit mit verschiedenen renommierten Unternehmen bietet Michael Kors in eigenen Geschäften Herren- wie Damenmode, Kosmetikartikel und Accessoires sowie Schuhwaren an.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Michael’s**

Ein New Yorker Spitzenrestaurant in Manhattan-Midwest mit kalifornischer “nouvelle cuisine” seit 1989 gemäß seinem Vorbild in Santa Monica, CA, das 1979 vom Gastronomen Michael McCarty eröffnet wurde.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Michelob**

Eine US-amerikanische Marke für Qualitätsbier, die 1896 als “draught beer for connoisseurs” vom in den 1980er-Jahren weltweit größten, international agierenden Bierunternehmen Anheuser-Busch, Inc. eingeführt wurde. Das Michelob-Bier gibt es in verschiedenen Kategorien von Lager, Amber Bock bis Ultra Light.

### **Midtown**

Ein Stadtviertel von Manhattan, im Herzen der City, das in Bezug auf Shopping und Entertainment als das geschäftigste von New York gilt und durch welches die Fifth Avenue (von Washington Square bis Harlem) mit ihren Festzügen und Paraden führt. Als Wahrzeichen dieser neuen Ära des Größeren und Besseren in den 1980ern wird jener Teil der Fifth Avenue bezeichnet, der zwischen 48<sup>th</sup> und 59<sup>th</sup> Street liegt und in dem sich der, alle anderen Gebäude überragende, Trump Tower befindet.

Siehe *Trump Tower*

### **Mike + The Mechanics**

Eine US-amerikanische Poprock-Band des Genesis-Bassisten/Gitarristen Mike Rutherford mit Paul Carrack, Paul Young, Adrian Lee und Van Hooke, die Ende 1985 ihr erstes Album *Mike + The Mechanics* mit zwei Top-10-Hits herausbrachte. Nach einem kurzen Comeback Rutherfords bei *Genesis* erschien 1988 das zweite Album *The Living Years* mit dem gleichnamigen Top-Hit.  
Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Milbank, Tweed, Hadley & McCloy**

Eine alteingesessene und weltweit agierende, sehr prestigereiche US-amerikanische Rechtsanwaltskanzlei in New York City. Bateman zitiert die Kanzlei als "Milbank Tweed" und als "McCloy" (AP 211).

### **Milken, Michael**

Ein US-amerikanischer Finanzmakler (\* 1946) bei Drexel Burnham Lambert, der mit seiner Idee der Hochzinsanleihen (Junk Bonds) den amerikanischen Kapitalmarkt in den 1980er-Jahren neu erfand. Im Gegensatz zum bis dahin herkömmlichen System, wonach Unternehmen erst nach einer bestimmten Größe und Finanzkraft für Obligationen beurteilt wurden, spekulierte Michael Robert Milken mit Obligationen von Unternehmen, die noch zu jung waren, um offiziell geschätzt zu werden oder an der Wall Street keinen Wert hatten, indem er ihren Wert selbst einschätzte. Seine Junk Bond-Aktionen initiierten viele feindliche Übernahmen in den 1980er-Jahren; 1989 wurde Milken in einem spektakulären Prozess wegen Erpressung und Steuerhinterziehung, Betrug und Insiderhandel verurteilt und für kurze Zeit inhaftiert.  
Siehe *Insider trading; Drexel Burnham Lambert und Junk bonds*

### **Miller, Bryan**

Einer der wichtigsten US-amerikanischen Food- und Restaurantkritiker, selbst Koch und Liebhaber der französischen Küche, der von 1984–93 mit seinen Rezensionen und der Vergabe von Sternen in *The New York Times* zum Meinungsmacher mit dem größten Einfluss in dieser Branche wurde.  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Milli Vanilli**

Ein US-Pop-Duo, das den größten Skandal in der damaligen Musikgeschichte provoziert hat.<sup>1330</sup> Für ihre Top-Hits "Baby Don't Forget My Number", "Blame It on the Rain", "Girl I'm gonna Miss You" und "Girl You Know It's True" hatten sie 1989 den Grammy Award "For Best New Artist" verliehen bekommen; kurze Zeit später jedoch wurde öffentlich bekannt, dass die ehemaligen Models, die auf MTV-Videos und Veranstaltungen als tanzendes Duo auftraten, nicht die echten Interpreten ihrer Songs waren. "[...] It was perhaps the most telling evidence of a decade-long madness for image over reality and style over substance."<sup>1331</sup> Milli Vanilli mussten ihren Grammy zurückgeben. Dieser Musik-Skandal überraschte, da die Gruppe ein weiteres Produkt des deutschen Schallplattenproduzenten Frank Farian war, der bereits in den 1970ern mit seiner schwarzen Disco-Popgruppe Boney M. ähnliche Produktionsmethoden angewandt und damals keine Kontroverse hervorgerufen hatte.  
Siehe *MTV und MUSIK in den 1980ern*

### **Milton Academy**

Ein unabhängiges, nicht gewinnorientiertes US-Privatgymnasium in Milton (MA), das seit 1798 für "all the people to a higher order of education than the common schools can supply" offen ist und mit dem Kernmotto der Schule "Dare to be True" vor allem die Erziehung junger Menschen zu unabhängigem und kritischem Denken zum Ziel hat.<sup>1332</sup>

### **Minimalist art**

Eine in den 1960er-Jahren in den USA entstandene Gegenbewegung zum abstrakten Expressionismus und zur Pop Art die "Minimal Art" oder auf Deutsch der "Minimalismus". Der Minimalismus ist eine oberflächenbetonte Kunstströmung, in der gleiche Elemente, zumeist sind es einfache Grundformen wie Kuben und Kreise, wertungsfrei und geometrisch gereiht und oft auch überdimensional dargestellt werden. Einige Hauptvertreter der Minimal Art bzw. des Minimalismus sind Ronald Bladen, Dan Flavin, Donald Judd, Sol Le Witt. Die falsche Benennung als "Minimalist art" kann auch hier als kleiner

<sup>1330</sup> Vgl. "Milli Vanilli award: pop-music lip-synching no more unethical than George Bush, congressional ghostwriters," *The New Republic* 10 December 1990: 10.

<sup>1331</sup> Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 88.

<sup>1332</sup> *Milton Academy*, [www.milton.edu](http://www.milton.edu).

Kunstgriff des Autors Bret Easton Ellis gewertet werden, um die Ignoranz seines Yuppie-Protagonisten zu karikieren.

Siehe *KUNST in den 1980ern*

### **Minolta**

Ein japanisches Unternehmen, das für seine Kameras bekannt ist und in den 1980er-Jahren auch in der Kommunikationselektronik (u. a. auch im Mobilfunk) tätig wurde.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Minox**

Eine Miniaturkamera aus Litauen, die bereits zwischen 1938 und 1943 auf den Markt gebracht und mit einer Unterbrechung im Zweiten Weltkrieg ab 1948 in Deutschland weiter produziert wurde. Das spezifisch erwähnte Modell "LX ultra-miniature camera" geht auf die 1950er- und 1960er-Jahre zurück. In den 1950ern waren die USA die größte Abnehmerin von Minox-Kameras. Auch die 007-Agentenfilmfigur James Bond sowie der CIA verwendeten Minox-Kameras. Dieser Kameratyp war damit von Anfang an eng mit der Geschichte der Spionage und dem Kalten Krieg verbunden.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Minoxidil**

Ein US-Medikament gegen Bluthochdruck, das als Haarwuchsmittel in den 1970er-Jahren entdeckt wurde. Ab 1988 war das Mittel zur Behandlung erblich bedingten Haarausfalles bzw. von Glatzenbildung bei Männern erstmals unter der Marke Rogaine der Upjohn Company verfügbar und wurde in Folge zur führenden Haarwuchsmarke.

### **Misérables, Les**

Ein US-Musical der 1980er-Jahre auf der Grundlage des gleichnamigen Romans des französischen Schriftstellers Victor Hugo (\* 1802, † 1885). Hugo schildert in "Die Elenden" (1862) das wechselvolle Schicksal eines entlassenen Galeerensträflings, der zwar zum wohlhabenden Bürger aufsteigt – vergleichbar mit dem amerikanischen Mythos des Selfmademan – aber der Polizei letztendlich nicht entkommt. Der Roman umspannt die Zeit der Restauration, der Julirevolution von 1830 und des Bürgerkönigtums. Hugo erhebt mit seinem Roman eine vielleicht etwas pathetische, jedoch nichtsdestoweniger revolutionäre Anklage gegen soziale Missstände und Ungerechtigkeiten. Er führt vor allem aber vor – und das ist für Ellis' Roman im gesellschaftlichen Kontext der 1980er-Jahre bedeutend –, dass soziales Elend neues Elend und neue Verbrechen hervorruft und nur durch eine radikale soziale Veränderung zu beseitigen ist. Die Musicalversion von Hugos Stück *Les Misérables*, eine melodramatische Großproduktion (Regie: Trevor Nunn) bietet ein markantes Beispiel für kulturelle Entwicklungen und gesellschaftliche Gegensätze in den 1980er-Jahren und strukturiert den Roman als Leitmotiv. Die "Bedeutung" dieses Musicals in Ellis' Roman kann durch eine Schlussbemerkung des *Handbook of Popular Culture* folgendermaßen erklärt werden:<sup>1333</sup> "[...] the American musical is such a hybrid that it has succeeded in remaining one of America's major forms of 'escapist' theater." (797) Das amerikanische Musical, insbesondere das Broadwaymusical, stellt Amerikas wichtigsten Beitrag zum Welttheater dar und dürfte insbesondere als Teil der Populärkultur soziale Veränderungen reflektieren bzw. Ideologien tradieren. In den 1980er-Jahren begann sich das Musical jedoch grundsätzlich zu verändern: Es sollte im Gegensatz zu den 1970er-Jahren bis auf wenige Ausnahmen, wie zum Beispiel *A Chorus Line* (1975–87), keine echten amerikanischen Musicalneukreationen mehr geben. Ein einsetzender Regisseurs- und Choreografen-Kult hatte ein festgelegtes "Drehbuch" überflüssig gemacht, wobei die konventionellen amerikanischen "book musicals" seit Ende der 1970er-Jahre britischen Musical-Importen gewichen waren. Die amerikanische Konkurrenz war zwar da, Stephen Sondheim zum Beispiel, der mit seinen Musicals über Alltagsthemen in den Siebzigerjahren sozialkritisches Bewusstsein fördern wollte, aber diese Konkurrenz war schwach: Die Themen waren entweder zu wenig spektakulär oder konnten elektronisch und technologisch nur schlecht umgesetzt werden. Vor allem aber erfüllte das amerikanische Musical nicht die Sehnsucht des US-Publikums nach einer Mischung aus Opernaufführung und Las Vegas-Spektakel, wie es das "block-busting" Musical des britischen Regisseurs und Drehbuchautors Andrew Lloyd Webber bot. Zusammen mit seinem Co-Partner Tim Rice und dem Produzenten Cameron Mackintosh M. sollte Webber das Broadway-Musical revolutionieren. Das Musical-Team traf mit der Verpackung von gesellschaftlichen Themen in *Evita* (1979), *Cats* (1982), *Me and My Girl* (1984 und 1986), *Phantom of the Opera* und *Chess* (beide 1986) und *Les Misérables* und *Starlight Express* (beide 1987) sehr wohl den Publikumsgeschmack; von der Kritik jedoch wurden

<sup>1333</sup> Vgl. auch den Eintrag zum "Musical" in Inge, 791–816 als Grundlage meiner weiteren Ausführungen im Haupttext.

ihre Arbeiten als “spectacle is the substance”, “motion over emotion” bzw. als “a triumph of marketing” abgetan:

Cameron Mackintosh M. attributed his uncanny intuition for picking hits to his admitted middlebrow tastes. The shows he produced were conventional, accessible and ‘safe’, but Mackintosh cleverly packaged each with a high-tech gloss and effects-laden razzle-dazzle that transformed each into a theatrical ‘event’.<sup>1334</sup>

Tatsächlich aber schafften es Webber und sein Produzent mit ihrer aufwändigen Art zu produzieren, die Musicalproduktion wie auch deren Vermarktung grundlegend zu verändern.<sup>1335</sup> 1980 lagen die durchschnittlichen Produktionskosten eines großen Musicals bei einer Million US-Dollar, Ende der 1980er waren diese Kosten vier bis fünf Mal höher. Andrew Lloyd Webbers Musical *Cats* brach mit vier Millionen US-Dollar Produktionskosten 1982 den Broadway-Rekord, sein Musical *Phantom of the Opera* kostete sechs Jahre später acht Millionen US-Dollar. Folglich erhöhten sich die Eintrittspreise von 10 US-Dollar Mitte der 1970er auf 25–45 US-Dollar 1983, was andererseits auch auf ein gestiegenes Einkommen (aber nur bei den Yuppies und wohlhabenden Schichten) und auf rasant gestiegene Arbeitskosten zurückzuführen war. Mit jedem Musical stiegen zugleich die Publikumserwartungen. 1987 brach *Les Misérables* mit seinen Spezialeffekten, einem atemberaubenden Bühnenbild und einer Drehbühne alle bis dahin geltenden Maßstäbe. Nach dem großen Erfolg von *Cats* (1982) war auch am Broadway der Vorverkauf zum Standard geworden. Von da an begann Mackintosh lange vor dem Showstart große Werbe- und Medienkampagnen zu führen, wobei die Musicals *Les Misérables*, *Phantom of the Opera* und *Miss Saigon* als Mega-Events mit entsprechend hohen Produktionskosten und Eintrittspreisen vermarktet wurden: “There’s no better time to beat the drum than when people can’t buy tickets. [...] You have to let them know they can’t buy a ticket. That’s what the difference between a hit and a megahit is all about.”<sup>1336</sup> Die Vermarktung von *Les Misérables* war richtungsweisend für nachfolgende Musicals wie auch für den Blockbuster *Batman* zwei Jahre später, womit sich hinsichtlich der hyperkonsumistischen Art der Vermarktung eine Parallele zwischen den beiden Populärkulturtexten ergibt. So schaltete Mackintosh zehn Monate vor dem Musicalstart einseitige Zeitungsanzeigen und erfand ein Logo, welches T-Shirts, Kaffeetassen, Handtücher, Poster, Plattenalben, Anstecker und andere “Les Miserabilia” zierte. Mit dem zwei Jahre andauernden Vorverkauf, der 12 Millionen US-Dollar einspielte, dem Besucheransturm seit der Broadway-Premiere am 10. Juni 1987 und den acht Tony Awards im selben Jahr gilt *Les Misérables* als einer der größten Musicalhits der 1980er. Neben zerrissenen und umherflatternden Eintrittskarten auf Manhattans Gehsteigen und auf Taxi-Rücksitzen weist Ellis mit Batemans Anspielungen auf *Les Misérables* ganz konkret auf dessen kommerzielle Ausschlichtung und gleichzeitige Vereinnahmung durch Yuppies hin: So erwähnt Patrick Bateman in *American Psycho* neben einer “Matinee” (AP 85) und einer “local production of *Les Miz*” (AP 107) seine “*Les Misérables* CD” (AP 172). Er besitzt die Version des “Broadway cast recording of *Les Misérables*” (AP 171), obwohl er das “original cast recording” (AP 219) – an anderer Stelle als “the British cast recording” (AP 182) bezeichnet – der amerikanischen Aufnahme vorzieht. Bateman erkennt verachtend “a Muzak rendition of the score from *Les Misérables*” (AP 137) und verliert sich des Öfteren in Diskussionen, welche Aufnahme denn die bessere sei: “the British sound track of *Les Misérables* versus the American cast recording” (AP 94). Schlussendlich zeigt die öfters benutzte Abkürzung *Les Miz* die Popularität der Produktion an sich. Im Laufe des Textes erwähnt Bateman das “new British musical *Maggie!*” (AP 142), ein Werbeplakat für die “Threepenny Opera” (AP 394, dieses bezieht sich auf die Off-Broadway-Produktion *3 Penny Opera*, in der der Popstar Sting die Hauptrolle spielte) und die Off-Broadway-Produktion *The Taffetas* über eine fiktionale ‘50s Girlgroup und spricht von einem weiteren sehenswerten “new British musical on Broadway” (AP 305). Wie bereits erwähnt weist dies auf die “Überschwemmung” New Yorks mit britischen Musical-Importen hin. Es belegt aber auch mit den Themenvorlagen und ihren sozialkritischen Autoren (Victor Hugo, Stephen Crane und Bertold Brecht) die ideologische Ausschlichtung von Armut und Klassenkampf in den 1980er-Jahren, was u. a. meine Recherche der Titel und Musical-Themen bestätigt hat: Die “Armut” wurde zwar immer als Objekt des Interesses in den Vordergrund gestellt und damit sichtbar gemacht, aber durch den Objektcharakter ihrer Sprengkraft beraubt. Denn die Publikumskonfrontation im Musiktheater verlief und verläuft räumlich wie inhaltlich distanziert, wobei Emotionen zwecks kommerziellen Erfolgs klar kanalisiert sind. Die kompakte wie effektvolle kommerzielle Verpackung von sozialem Elend im Musical machte eine Alltagskonfrontation mit dem real sichtbaren, am Schrumpfen des amerikanischen Mittelstandes sowie der sich auftuenden Kluft zwischen Arm und Reich spürbaren, sozialen Leid in den 1980er-Jahren für Nicht-Betroffene “ungefährlich”. Darüber hinaus würde ein

<sup>1334</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 99.

<sup>1335</sup> Ebda., 97 für die folgenden Ausführungen.

<sup>1336</sup> Ebda.

solches Spektakel zu mehr Zynismus gegenüber sozial Schwächeren beitragen, wie es Ellis' Porträt des Hyperkonsumismus demonstriert: So ist der Besuch des Musicals für das kulturelle Image in der Yuppie-Gruppe wichtig. Im realen Alltag jedoch hasten Timothy Price und seine Kollegen an bettelnden Menschen achtlos vorbei oder verhöhnen diese mit Kreditkarten und Ein-Dollar-Noten. Das Spiel mit dem Leid wird durch reale Tricks und Kniffe, die von Yuppie zu Yuppie weitergegeben werden, an Grausamkeit sogar noch überboten. Schlussendlich ist das Leitmotiv "Les Misérables" in *American Psycho* bestes Beispiel für die neue "culture of image, spectacle, and commodities", die der Kulturtheoretiker Guy Debord wegen ihrer abstumpfenden und beruhigenden Wirkung immer wieder angriff. Debord stellte fest, dass die neue 'Gesellschaft des Spektakels' die fortlaufende Realität einer Entfremdung und Unterdrückung verschleierte:

Der Ursprung des Spektakels ist der Verlust der Einheit der Welt, und die riesengroße Ausbreitung des modernen Spektakels drückt die Vollständigkeit dieses Verlustes aus. [...] 1967 habe ich in einem Buch, *Die Gesellschaft des Spektakels*, gezeigt, was das moderne Spektakel bereits im wesentlichen war: die Selbstherrschaft der zu einem Status unverantwortlicher Souveränität gelangten Warenwirtschaft und die Gesamtheit der neuen Regierungstechniken, die mit dieser Herrschaft einhergehen. Da den 68er Unruhen, die sich in den verschiedenen Ländern in den darauffolgenden Jahren fortgesetzt haben, nirgends ein Umsturz der herrschenden Gesellschaftsordnung gelungen ist, hat sich das Spektakel, das gleichsam spontan aus dieser hervorspringt, allenthalben weiter verstärkt. Das heißt, es hat sich nach allen Seiten bis zu den äußersten Enden hin ausgebreitet und dabei seine Dichte im Zentrum erhöht. Sogar neue Defensivtechniken hat es erlernt, wie dies gewöhnlich bei angegriffenen Mächten der Fall ist. [...] Doch hat die Gesellschaft des Spektakels ihren Marsch fortgesetzt. Sie schreitet voran, denn 1967 hatte sie kaum mehr als etwa vierzig Jahre hinter sich, diese aber voll ausgenutzt. Durch ihre eigene Bewegung, die zu studieren sich niemand mehr die Mühe machte, hat sie seitdem mit erstaunlichen Leistungen gezeigt, daß ihre tatsächliche Natur die war, die ich aufgezeigt hatte.<sup>1337</sup>

Bis heute gilt Guy Debord, der 2002 verstarb, mit seiner "Neufassung der marxistischen Entfremdungskritik unter Einbeziehung der von den Medien produzierten Bilderwelt [als] Klassiker der Medienkritik"<sup>1338</sup> und *Les Misérables* als bestes Beispiel für die Vereinnahmung und Ausschlachtung von sozialem Leid zugunsten einer hyperkonsumistischen Entwicklung.

### **Miss Manners**

Eine Ratgeberkolumne in der *Washington Post* seit 1978 der US-amerikanischen Journalistin und Buchautorin Judith Martin (\* 1938), einer Verfechterin von einfacher Etikette und guten Manieren, die auf eine menschliche und humorvolle Art und Weise als öffentliche Meinungs- und Selbsthilfeeinstellung der USA fungiert.

Siehe *SELBSTENTFREMUNG* und *SELBSTHILFE-BOOM*

### **Missoni**

Eine italienische Modemarke, vor allem für Strickwaren und Textilien, die für eine gleichnamige Prêt-à-porter-Mode und für Luxusgüter im Wohnbereich steht. Mit der Gründung des gleichnamigen Unternehmens durch das Ehepaar Missoni und ihren Vorläufern Torrani & Jelmini 1921 wurde dieser Bekleidungsbereich ab 1953 auf kreative und innovative Art und Weise zu Mode mit applizierter Kunst. Mit ihrem internationalen Durchbruch in den 1970er-Jahren steht Missoni seither für ein freies und scheinbar zufälliges Zusammenspiel von Punkten und Fantasiemustern, einem Patchwork aus Farblinien, schwarz-weiß geflammten bzw. regenbogenfarbigen Geweben und anderen Mustern, die an Folklore erinnern und für Mann (Missoni Homme) wie Frau (Missoni Femme) produziert werden. Die Vielfalt an Mustern findet ihren Gegenpart in den verschiedenen Materialkombinationen von Wolle und Leder; das erinnert auf neue Art und Weise an abstrakte und informelle Kunst, an Dekonstruktivismus und wird auch in Museen als Mode "ausgestellt".

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Mitsubishi Electric Corp.**

Ein 1921 gegründetes japanisches Unternehmen, dessen Anfänge auf 1870 zurückgehen. 1981 brachte Mitsubishi Electric den SM-600 "Micro Superb" Pocket Shaver, einen der ersten tragbaren Rasierer mit dem Slogan "Busy Businessman's Friend" auf den Markt. Der Rasierer in Zigarettenschachtelgröße war zudem erstmals mit einem eigenen Ladegerät und aufladbaren Batterien erhältlich und erhielt wegen seines ergonomischen Designs in Aluminium einen Platz im New York Museum of Modern Art (MOMA). Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

---

<sup>1337</sup> Siehe den Klappentext von Guy Debord, *Die Gesellschaft des Spektakels* (Berlin: Tiamat, 1996).  
<sup>1338</sup> Debord, 99.

## MODE in den 1980er-Jahren: Spiegel des Gesellschaftswandels

“Fashion is a reality connected with the changes of our society, of which it is an attentive interpreter.”<sup>1339</sup> Diese Aussage des berühmten Modeschöpfers Gianfranco Ferré lässt sich selten so gut wie durch die Mode der 1980er-Jahre belegen, welche die stattfindenden Veränderungen im politischen, sozialen und kulturellen Leben der Amerikanerinnen und Amerikaner bestens widerspiegelte.<sup>1340</sup> Die Mode jener Dekade war von Traditionalismus sowie von Luxus und Konsumismus geprägt, wobei das Präsidentenpaar Ronald und Nancy Reagan diese Trends am sichtbarsten repräsentierten. Nancy Reagan war prominentestes Aushängeschild für eine ultra-feminine Mode, Ausdruck der “Zurück an den Herd”- und “Brave Mädchen”-Mentalität, die Amerika erfasst hatte. Meinungsumfragen während der Amtszeit Ronald Reagans spiegelten eine beim amerikanischen Volk unpopuläre First Lady wider, die viel zu großen Wert auf ihr Äußeres und auf Eleganz legte. Letzteres zeigte der Umstand, dass Nancy Reagan ob ihrer Extravaganz und vielen Reisen von den amerikanischen Modeschöpfern mehr denn je als publikumsträchtige Werbequelle im In- und Ausland gesehen und deswegen mit teuren Modellen unentgeltlich eingekleidet wurde. Amerikas Konservatismus und Nostalgiegefühle – geschürt durch Reagans politische Rhetorik – wurden von den meisten DesignerInnen mittels politischer und kultureller Anleihen aus den 1940er- und 1950er-Jahren reflektiert. Die zunehmende Kluft zwischen Arm und Reich wiederum fand ihren Ausdruck in der tragbaren Mode der Straße und in der untragbar gewordenen Mode auf den Laufstegen: “ostentatious classic styles played against cheap, casual, and innovative styles for the street”<sup>1341</sup>. Obwohl die Mehrheit der AmerikanerInnen in den 1980ern wenig politisches Interesse zeigte, “protestierte” die Generation der unter 25-Jährigen mittels “streetwear”; darunter war Secondhand- oder künstlich zerrissene Kleidung zu verstehen, die von echten und “schwarzen” Rapperinnen und Rappern (als Ausdruck ihres Aggressions- und Frustrationspotenzials) getragen und ihre Verkörperung in den “weiblichen” Teeniestars wie Cindy Lauper und Madonna fanden: “The media, specifically television, disseminated the aggressive, sensual styles of black urban culture into the mainstream”<sup>1342</sup>. MTVs 24-h-Übertragungen der Musikvideos von Rapperinnen und Rappern und Popmusikstars wie Michael Jackson und Madonna trugen wesentlich zur *urban street fashion revolution* bei. Am Ende der Dekade jedoch waren Elemente der Streetwear bereits Teil der Mainstream- oder Yuppie-Mode, die in den Shopping-Malls gekauft werden konnte; jegliches subversive Element war damit vereinnahmt worden. So wurden z. B. zerrissene oder gebleichte Jeans mit einem Blazer getragen. In *American Psycho* revoltieren Vanden und Stash über ihr vermitteltes Modeimage. Gleichzeitig mit der *urban street fashion revolution* vertiefte sich die Kluft zwischen der Kleidung, die für die Reichen und VIPs auf den Laufstegen präsentiert und jener Kleidung, welche tragbar für die Masse auf der Straße produziert wurde. Um ihren Modestil zu verkaufen, begannen die Designschaffenden verschiedene Strategien anzuwenden: Auf ganzseitigen Anzeigen in Hochglanzmagazinen wurde ein bestimmter Look kreiert, der ein spezifisches Image transportierte und in der Folge die Modekleidung verkaufte. Das bewirkte, dass die Modelle wie ihre Designer zu Stars wurden – ihnen war ein “Image” (Bild) verliehen worden. Ellis spielt in *American Psycho* mit einer Prostituierten auf das Supermodel Christie Brinkley an (S. 170); Bateman erwähnt aber auch Cindy Crawford (S. 395), die ab 1986 eine “kurvigere” Linie einführte. Während die Haut Couture ob ihrer Materialien und Ausgefallenheit für den Alltag der Masse immer untragbarer wurde, wurde die Prêt-à-porter-Mode in Vielfalt und Stilistik ungemain breiter und für viele nun auch finanziell leistbar: Im Gegensatz zu Reagans illusorischer Trickle-Down-(Wohlstands)Theorie begann in der Mode tatsächlich ein “trickling down”: vom Modestil der Elite zur industriell gefertigten Konfektionsmode berühmter Designerinnen und Designer. Diese Entwicklung wurde an der Einführung neuer und günstiger Produktlinien bekannter ModeschöpferInnen sichtbar (Perry Ellis und Halston), welche nun exklusiv im Kaufhaus bzw. in eigenen Modegeschäften vertrieben und über Modeketten verkauft wurden. Berühmte Stile bzw. ein bestimmtes Design wurden nun also über andere, neue Modemarken als günstigere “Zweitlinien” vermarktet (Ralph Laurens Polo-Hemd war plötzlich als J.C. Penny Fox-Hemd erhältlich). Zugleich wurde die Mode-Produktpalette mit (auch Genre übergreifenden Produkten wie) Accessoires, Düften und anderen Kosmetikartikeln erweitert. Die Kundschaft sollte sich über eine einzige Modelinie von Kopf bis Fuß einkleiden und mit dem kreierten Image ihren “Typ” ausdrücken können. In *American Psycho* listet Bateman etwa 200 verschiedene Designer, darunter auch einige Designerinnen (die Modeindustrie war und ist eine Männerdomäne) auf, welche die erwähnten Trends prägten bzw. mittrugen und deren Geschäftsphilosophien und -expansionen Einblick in die hoch industrialisierte und kommerzialisierte Modewelt boten. Damit vermochte Ellis die Romanfiguren von *American Psycho* in den Kontext der 1980er einzufügen. Die Yuppies – die kulturell einflussreiche

<sup>1339</sup> Gianfranco Ferré in *Contemporary Fashion*, Richard Martin, ed. (Detroit: St. James Press, 1995): 165.

<sup>1340</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 221–32 für diesen Mode-Eintrag.

<sup>1341</sup> Ebda., 221.

<sup>1342</sup> Ebda., 230.



Generation der BabyboomerInnen der 1960er-Jahre – demonstrierten ihren Aufstieg, sozialen Status und hohen Lebensstil über ihre Kleidung und Accessoires. Das Motto der Yuppies lautete “dressing for success”, was mit stilistischen Anleihen aus der Anzugmode der 1950er-Jahre vermittelt wurde und – erkennbar in der Gruppe – wiederum breite Konformität bedeutete. Das erste, was Bateman im Nachtlokal “Tunnel” auffällt, ist eine Armee von Yupprie-Geschäftsleuten in Anzügen: “No women anywhere, just an army of professionals from Wall Street in tuxedos” (AP 57). Neben Männern waren auch Frauen auf der Wall Street vertreten; sie wurden auf ihrem Weg zur Arbeit durch die Kombination von Sportschuhen (welche im Büro gegen Stöckelschuhe getauscht wurden) und Anzug in dieser männlich dominierten Arbeitswelt erstmals sichtbar. Auch eine weitere gesellschaftliche Entwicklung lässt sich über die Mode in den 1980er-Jahren aufzeigen: Trotz einer generell repressiven Haltung gegenüber Sexualität begann die Mode sich ob der stärker werdenden Schwulen- und Lesbenbewegung und vieler homosexueller Designer geschlechterübergreifend oder androgyn zu öffnen. Viele unterschiedliche Modestile wurden plötzlich miteinander gemixt – zum Beispiel in Richtung sportlich-sexy oder eben klassisch-locker bei den Yuppies. Ein typischer Yupprie-Look war der “preppy leisure wear”. Der Yupprie-Freizeitstil vermittelte Professionalismus, Status und Wohlstand, indem er als “preppy look” (kleidungsmäßig) an private Eliteschulen und an die sportlichen Aktivitäten der Reichen (Tennis, Segeln usw.) erinnerte. Als typischer Yupprie ist Bateman sportlich-konservativ gekleidet, was Dynamik und Integrität vermitteln soll und sich unter anderem an seinen Freizeitschuhen, den *A. Testoni loafers*, oder seiner Calvin Klein-Unterwäsche zeigt. Sein Lieblingsdesigner ist Giorgio Armani (obwohl Bateman je nach Anlass auch noch eine Unzahl anderer Designer trägt), der ihm zusammen mit seinem Lieblingsduft Polo, dem Herrenduft der Jugendlinie von Ralph Lauren, und anderen Accessoires ein jugendlich-konservatives Image verleiht. Seine Tipps, um up to date zu bleiben, holt sich Bateman – wie viele seiner Zeitgenossen damals – aus G. Bruce Boyers Modeführer für Männer mit dem Titel “*Elegance: A Guide to Quality in Menswear*”<sup>1343</sup>. Der Modeführer selbst gibt Aufschluss über Batemans Image, denn Boyer, auch Moderedakteur von *Town & Country*, verteidigte in dem heutigen Buchklassiker den “klassischen” amerikanischen Stil der 1940er-Jahre, wie ihn Cary Grant, Miles Davis oder T. S. Eliot verkörperten. Neben einer sehr einfachen Sprache und einem Kapitelaufbau mit den Titeln “Blazers, Buying a Suit, Cashmere, Khaki, Packing, Savile Row, and The Trench Coat” sowie einem eigenen Kapitel über “Italian Fashion” beschreibt Boyer auch die geschichtliche Entwicklung der einzelnen Kleidungsstücke. Batemans Mode-Kommentare und -Anweisungen in *American Psycho* ähneln hierbei ganz stark Boyers Sprache und seinen Anmerkungen zur Kleiderordnung: “Remember that while the vest should be in keeping with the color and the style of the suit, completely avoid matching the vest’s pattern with your socks or tie [...]” (AP 155), ein Zitat von Batemans Arbeitskollegen McDermott. Ihm und Van Patten, einem weiteren Arbeitskollegen, bietet Bateman einige Seiten später mit einem weiteren Modediktat Paroli: “While a tie holder is by no means required businesswear, it adds to a clean, neat overall appearance. But the accessory shouldn’t dominate the tie. Choose a simple gold bar or a small clip and place it at the lower end of the tie at a downward forty-five-degree angle.” (AP 160) Alle diese Romanfiguren haben Boyers Modeführer regelrecht “verinnerlicht”. Im Fitnesscenter trägt Bateman “Lycra shorts with a white waist band and side stripes and a cotton and Lycra tank top, both by Wilkes, which can be folded so tightly that I can actually carry them in my briefcase” (AP 68). Courtney wiederum hat beim Sex mit Bateman Angst, schwanger zu werden und dann nicht mehr in ihren Bikini von Norma Kamali zu passen: “Oh god I want to wear a bikini . . . A Norma Kamali I just bought at Bergdorf’s.” (AP 104) Abgesehen davon, dass die Modeschöpferin Norma Kamali den Fitnesslook der 1980er-Jahre stark geprägt hat, gibt diese Passage auch Aufschluss über neue Stile (Strickkleidung) und neue Materialien, die mit dem Gesundheits- und Fitnesstrend einhergingen; zum einen wurde der Polyester der 1970er-Jahre durch natürliche Materialien wie Baumwolle oder aber durch die – maschinell erzeugten – Kunst- bzw. Naturfasern Lycra und Viskose ersetzt. Die vielen Neuerungen und Trends wiederum sollten den Produktlebenszyklus verkürzen und damit den hyperkonsumistischen Kreislauf einer Wegwerfgesellschaft unterstützen. Bateman erkennt die Menschen grundsätzlich nur am “Image”, das sie über ihren Modestil vermitteln (für die LeserInnen ist dies eine Hilfe, um Batemans “Film” zu visualisieren): “Elizabeth is a twenty-year-old hardbody who sometimes models in George Marciano ads and who comes from an old Virginia banking family.” (AP 283) Ellis verweist mit diesem Zitat auf die starke Guess-Markenkampagne Mitte der 1980er-Jahre, wo mithilfe von Supermodels Denim-Jeans von Guess beworben wurden. “She looks exactly like this girl who works in the Georgette Klinger section of Bloomingdale’s.” (AP 45) Bateman, der für das Abendessen mit seiner Sekretärin im renommierten, immer ausgebuchten Dorsia-Restaurant unter falschem Namen einen Tisch belegt hat, meint beim Auftauchen des Paares, das den Tisch gebucht hatte:

If the couple had been short, dumpy, excessively Jewish, I could’ve kept this table, even without the aid of a fifty, but this couple looks like they’ve just strolled out of a Ralph Lauren ad, and though Jean and

<sup>1343</sup>

Bruce G. Boyer, *Elegance: A Guide to Quality in Menswear* (New York: Norton & Company, 1985)

I do too (and so does the rest of the whole goddamn restaurant), the man is wearing a tuxedo and the girl – a totally fuckable babe – is covered with jewels. (AP 261)

Batemans Wahnsinn ist am zwanghaften Aufzählen aller Designernamen festgemacht, die der Perfektionist immer wieder verwechselt oder verfälscht. Ein intensives Lesen zeigt beispielsweise, dass Batemans Schuhe von dem Gründerpaar Susan Bennis und Warren Edwards mit dem fortschreitenden Wahnsinn des Protagonisten von “Susan Bennis Warren Edwards” (AP 31) zu einer Kombination von zwei verschiedenen Schuhmarken wie “Warren Susan Allen Edmonds” (AP 248) und schließlich zu Schuhen von “Edward Susan Bennis Allen” (AP 343) mutieren. Ganz nebenbei belegt der lange Markenname auch die Egozentrik der Modewelt. Fiktionale Designernamen mischen sich mit realen, wobei das Überangebot und die Unübersichtlichkeit der Modestile und ihres Diktats eigentlich nur den Wahnsinn von Bateman auf die hyperkonsumistischen Leserinnen und Leser in einer völlig übersättigten Konsumwelt zurückwirft. Zehn Jahre später sollte sich mit der digitalen Revolution auch die Funktion der Mode verändern, wobei eine neue Entwicklung die Verschmelzung von Mode und Computer bzw. die modemäßige Integration von Computertechnologie zeigt:

Während Mode in den 1980er Jahren lediglich als schillerndes Accessoire zur Illustration der Errungenschaften der postmodernen Gesellschaft diente, emanzipierte sie sich von dieser Rolle und baute ihren Aktionsradius innerhalb der Gegenwartskultur maßgeblich aus. [...] Am Ende der 90er Jahre bedeutet Mode-Machen innovatives Anwenden und Miteinbeziehen von verschiedenen Medien und medialen Strategien.<sup>1344</sup>

Die neue elektronische Welt wird auch nach außen hin – sprichwörtlich – sichtbar: Diese Neuentwicklung nahm eine Vortragsreihe im Rahmen der Ausstellung “fast forward – mode in den medien der 90er Jahre”<sup>1345</sup> in Wien vorweg. Studierende des Media Lab am *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) in Cambridge in den USA arbeiten seit Jahren an der Entwicklung von “Wearable Computers” (Mode als Anwendung der digitalen Kultur). E. Rehmi Post, ein Mitarbeiter dieser Forschungsgruppe, präsentierte am 22. April 1999 unter dem Titel “Washable Computing and Smart Environment” die ersten tragbaren Anwendungsergebnisse eines zukünftigen Computergebrauchs. Ausgehend vom allseitigen Wunsch, dass PCs besser aussehen und ins Alltagsleben integriert werden sollen, hatten sich mehrere Unternehmen an das MIT und an verschiedene Modeunternehmen gewandt: Der Computer sollte langfristig in die Kleidung eingearbeitet oder darin integriert werden, wobei auch neue Formen der Nutzung des Computers gefragt waren: Das MIT begann tragbare Computer, “wearable computers”, zu entwickeln, wobei diese “washable” und “sensible” zugleich waren. Mode und Computer können dabei unterschiedlich miteinander verschmelzen: Zunächst wird die Kleidung am Computer entworfen und die elektronischen Textilien werden zu Modestücken verarbeitet. Dadurch können Informationen mittels Kleidung an die TrägerInnen weitergeleitet werden (z.B. eine individuelle bzw. individuell gestaltete Führung durch ein Museum). Dabei reagieren zum Beispiel persönlich gesteuerte “Sensibilisatoren” in der Kleidung auf andere sensibilisierte KleidungsträgerInnen; “tragbare” (in die Kleidung eingebaute) Computer dienen zum flexibleren Arbeiten bzw. für erleichterte Kommunikation, wobei beispielsweise mittels Kamera die Taubstummensprache der Trägerin bzw. des Trägers in mündliche Sprache umgesetzt wird (= wearable ASL Interpreter). Weitere Modelle sind in Ausarbeitung und sehen die “Übersetzung” von Emotionen an uns selbst (zur besseren Einschätzung unserer selbst – wie reagieren wir? wann? worauf?) und unserer Umwelt vor (Supermarkteinkäufe werden anhand einer integrierten Kamera festgehalten und für das Unternehmen ausgewertet). Diese Entwicklungen lassen sich aber auch unter den Begriffen automatischer Individualismus (wenn sich zwei TrägerInnen gleicher Jackenmodelle auf einer Konferenz treffen, kann diese durch die in die Jacke eingearbeiteten elektronischen Tintenpartikel, welche auf elektrische Energiewellen reagieren, die eigene Farbe zur Unterscheidung wechseln) und Kreativität (auf Tischtüchern und Jackentaschen kann klangmäßig experimentiert werden) zusammenfassen.

Siehe *COMPUTER in den 1980ern*

### **Mondrian**

Ein New Yorker Restaurant in den 1980er-Jahren, das für seine Schokolade-Kreationen von Michel Bras berühmt war.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

<sup>1344</sup> Zusammenfassung im Prospekt zur Ausstellung “fast forward – mode in den medien der 90er Jahre” im Wiener Künstlerhaus 16.4. – 6.6.1999, die ich anlässlich der Präsentation neuester Forschungsergebnisse zum Thema “Washable Computing and Smart Environment” von E. Rehmi Post vom Massachusetts Institute of Technology (MIT) am 22. April 1999 besucht habe.

<sup>1345</sup> Ebda.

**Money magazine**

Ein US-amerikanisches Magazin mit Finanz- und Börseninformationen.  
Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

**Montblanc**

Eine exklusive deutsche Marke für Füllfedern seit ihrer Gründung durch drei Unternehmer in Hamburg 1906. 1986 wird Montblanc mit dem Slogan "Montblanc – The Art of Writing" zum Vorbild für viele Schreibwaren-Marken im Luxusbereich. Mit der Einführung der metallischen Füllfeder aus der "Meisterstück Solitaire Kollektion" erfährt die Füllfeder als Schreibinstrument eine Renaissance. Montblanc zeichnet neben Schreibwaren und -zubehör auch für Lederwaren, Uhren, Schmuck, Brillen und Parfüms im Luxusbereich verantwortlich.

**Montclair**

Eine Mineralwasser-Marke aus Kanada.

**Moore, Anne**

Eine New Yorker Modistin, die mit ihren selbstgemachten Haarschleifen 1986 von *The New York Times Magazine*, *Vogue* und *Tatler* entdeckt wurde und bereits 1987 ihr erstes, gleichnamiges Geschäft eröffnete. Anne Moore steht für skurriles gleich wie für praktisches und elegantes Design, das Hüte und Accessoires wie Taschen, Schals und Schmuck ziert und deren Kleidung auch im Versand erhältlich ist. Die Hüte der Modistin werden von Showgrößen getragen.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

**Moretti**

Eine traditionelle italienische Biermarke, die 1859 von Luigi Moretti in Udine gegründet wurde.

**Morgan Stanley**

Eine international agierende US-amerikanische Finanzberaterfirma, 1933 in New York gegründet, die mit dem Wechsel ihres damaligen Großkunden IBM an Salomon Brothers 1979 die Veränderung des Bankwesens in den 1980er-Jahren von persönlichen Beratungsfirmen zu anonymen Transaktionshäusern erlebte, wobei die Figur des traditionellen Bankers zum vielfach hochspekulierenden Investmentbanker ohne Eigenverantwortung mutierte.

**Morris, Lee Robert**

Ein US-amerikanischer Schmuckdesigner (\* 1947). Er initiierte und führte von 1977 bis 1993 die Artwear Gallery in New York und steht für einfache Formen, fast primitive Kreationen, die seine Faszination für Rituale und Symbole widerspiegeln. Neben den Eigenkreationen produzierte Morris in den 1980er-Jahren auch Schmucklinien für Modemarken wie Donna Karan und weitere.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

**Mortimer's**

Ein New Yorker Restaurant der "feinen" Gesellschaft der 1980er-Jahre. Der Besitzer Robert G. Bernbaum pflegte die Maxime, dass die richtige Sitzordnung – weniger das Who als vielmehr das How, in welchem Umfeld man(n)/frau platziert ist – für den Erfolg eines Restaurants ausschlaggebend ist. Das Restaurant in Manhattan kommt in Tom Wolfes Roman *Bonfire of the Vanities* als clubartiges Eastside Restaurant mit unauffälliger amerikanischer Küche und Dekor sowie moderaten Preisen (für eine wenig spendierfreudige High Society) vor.  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**Motown hits**

Eine Bezeichnung für Aufnahmen afroamerikanischer KünstlerInnen der gleichnamigen US-Plattenfirma in Detroit. Gegründet von Berry Gordy Jr. Anfang der 1960er-Jahre war Motown Records die erste große, von einem Afroamerikaner geführte Plattenfirma, die mit einem Team von Songschreibern, Produzierenden und Muskschaffenden zur wichtigsten unabhängigen US-Plattenfirma mit einem eigenen Talente-Management und Marketing avancierte und junge, begabte Leute "von der Straße weg" zu professionellen Sängerinnen und Sängern machte. Den Durchbruch von Motown brachten Sängerinnen wie Mary Wells sowie die Spezialisierung auf Girlgroups wie die The Marvelettes und Martha and the Vandellas, The Ronettes, The Shirelles oder The Supremes. Gordys Vision war es, mit Musik das Image der schwarzen Bevölkerung in den USA zu verändern und eine etwas kommerziellere schwarze Musik einem breiteren Mainstream-Publikum zugänglich zu machen;

nichtsdestoweniger aber wurde "echte" afroamerikanische Musik produziert, die letztendlich zur *black visibility* beitrug. Gordy kombinierte dabei Musik auf der Grundlage von Gospel mit Blues und R&B, vor allem aber mit rhythmischen Abschnitten, mit Horn und Tamburin und damit mit funkigeren Elementen. Gordy bezeichnete Motown als "The Sound of Young America", vermarktete diesen gezielt in eigenen Motown-Revuen und stand den Künstlerinnen und Künstlern, die er unter Vertrag hatte, wie ein "Vater" zur Seite. Mitte der 1960er-Jahre hatte Gordy ein Imperium aufgebaut, das acht Plattenlabels und ein strenges Management sowie einen Verlag umfasste, während Motown-Hits die US-Top-Charts beherrschten. 1967 begann Motown Records' Erfolg zu bröckeln; das Plattenlabel wurde in den 1980er-Jahren für 61 Millionen US-Dollar an MCA und an eine Investitionsfirma aus Boston verkauft. Mit der Anspielung Patrick Batemans in *American Psycho* auf "old Motown hits of the sixties" sind die afroamerikanischen Ursprünge und Originalsongs gemeint und nicht die Mainstream-Produktion nach dem Verkauf der Firma.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **MTS decoding**

Eine Abkürzung für "Multichannel Television Sound", einer Methode des Verschlüsseln von drei zusätzlichen Audiokanälen in ein analoges NTSC-Videosignal, die 1984 von der Federal Communications Commission (FCC), der US-Kommunikationsbehörde, als offizieller US-Standard für das Sterefernsehen, unter anderem für eine bessere Qualität, festgelegt wurde.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **MTV**

Eine Abkürzung für englisch "Music Television Video", auf Deutsch "Musik-Fernseh-Video". Der Kabelkanal Music Television wurde 1981 von American Express und Warner Communications als Kinderprogrammkanal mit Musikvideos gegründet, der sofort einen konzeptionellen und bald darauf einen finanziellen Durchbruch verzeichnen sollte: 1984 erreichte MTV in der Zielgruppe der 14- bis 34-Jährigen bereits 24,4 Millionen ZuseherInnen, spielte 8,1 Millionen US-Dollar Gewinn am US-Werbemarkt ein und erzielte bereits zwei Jahre später, als MTV mit VH-1 und Nickelodeon an Viacom International verkauft wird, einen Gewinn von 47 Millionen US-Dollar.<sup>1346</sup> MTV war das erste Medienunternehmen, welches aus der Fusion eines Wirtschaftsunternehmens mit einem Filmunternehmen entstanden ist und damit auch wegbereitend für die nun etablierte, breite amerikanische Unterhaltungsindustrie war. MTV hat die Unterhaltungs- und hierin insbesondere die Musikindustrie revolutioniert: Anfangs wurden auf dem Kabelkanal 3 bis 5 Minuten lange, kurze Geschichten erzählt, welche die Musik zumeist begleiteten. Dann begann sich eine Musikgruppe (oder eine Sängerin bzw. ein Sänger respektive) über ihr visuell transportiertes Outfit und ihre Show auf MTV zu verkaufen. Inhalt des Songs und Stimme sind nicht mehr vordergründig wesentlich, da "Unstimmigkeiten" mit dem Computer korrigiert werden können: "The craven worship of image over content, noise over meaning"<sup>1347</sup>. Erfolg und Misserfolg einer Gruppe hängen seither stark von deren Präsenz auf MTV ab, wodurch auch die Produktion und der Vertrieb von Musik wesentlich verändert wurden. Weiter hat sich mit der schnellen Bildschnittfolge, welche jungen Menschen einen hippen, modernen Lebensstil vermitteln soll, nachweisbar die Wahrnehmungswiese der Konsumentinnen und Konsumenten des MTV-Fernsehens verändert. Zugleich hat MTVs formale Darstellungsweise auch wesentlich andere Fernsehformate beeinflusst: Reportagen und Nachrichten werden von da an mit mehr Bildmaterial, kürzeren Texten und damit schnelleren Schnittabfolgen präsentiert. MTV sendet heute – 24-Stunden-Nonstop – "Musikkurzfilme, Quizspiele, Filmbesprechungen und Lebenshilfe-Tipps für junge Konsumenten"<sup>1348</sup>, weshalb MTV seit den 1980er-Jahren als Teil der amerikanischen Populärkultur zu einem ungemein wichtigen Machtfaktor bei der Sozialisation künftiger Generationen geworden ist und damit auch Verantwortung trägt.<sup>1349</sup> MTV ist auch Motor von (konsumgesteuerten) Jugendbewegungen und erzieht Kinder bereits zu Konsumentinnen und Konsumenten: "The music video had become the fashion industry's and retailer's favorite advertising tool."<sup>1350</sup> Der Erfolg des Kabelkanalkonzepts "MTV" führte zu dessen Export und im Weiteren zu dessen Globalisierung seit 1987: Einer ersten europäischen Variante – MTV-Europe – folgen MTV-Asia (1989), MTV-Australia, MTV-Brazil (1990), MTV-Japan (1992), MTV-Latin America und MTV-India (1993), wobei die Einführung von MTV in den nicht westlichen Ländern vielfach einer kulturellen bzw. gesellschaftspolitischen

<sup>1346</sup> Vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 83–86 und vgl. 435–37 als weitere Grundlage für meine Ausführungen.

<sup>1347</sup> Weiss, 73.

<sup>1348</sup> Zitiert nach Barry Graves und Siegfried Schmidt-Jos, Bd. 2, S. 922, in Steur, 130.

<sup>1349</sup> Vgl. weiter Horst Steurs Auseinandersetzung mit MTV in *Less Than Zero*, 130 ff.

<sup>1350</sup> Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 230.

Revolution gleichkam. Den Einfluss dieses amerikanischen Exportartikels MTV auf nationale Identitäten weltweit beurteilt der Kulturkritiker Mel van Elteren folgendermaßen:

To be or feel 'American' no longer means either moving to the USA or sharing its consumer tastes. Its very cultural forms are now available everywhere. Since the 1950s the mass consumption of American popular culture has been integrated to a greater or a lesser degree into the 'national' cultural identity of many countries. As regards American popular music, currently MTV plays a crucial role in this. [...] This globalization makes it possible to simultaneously deal with diverse musical worlds, related imagined communities and lifestyles [...] in which young people take part from everywhere in the world [...] Despite the fact that the media-supply of MTV-Europe increasingly hails from Europe, according to marketing data, its audience is mainly interested in international acts, and these concern American idols and British stars operating in an American idiom. For a good understanding it should be recognized that MTV orients its programs towards the four largest countries with regard to the distribution of its programs, and at present these are Germany, Sweden, Belgium and Holland.<sup>1351</sup>

Van Elterens Artikel bietet eine fundierte und sachliche Auseinandersetzung mit allen Aspekten, die ein Export der amerikanischen Populärkultur historisch gesehen mit sich brachte bzw. bringt. Der Autor stellte sich dabei folgende zentrale Frage: "How can the 'global' impact of American popular culture be conceptualized most adequately?"<sup>1352</sup> In Van Elterens Antwort auf diese Frage gibt es einen Aspekt, der im direkten Zusammenhang mit dem Phänomen des Hyperkonsumismus steht: In der Globalisierung der amerikanischen Populärkultur sieht van Elteren weniger die Gefahr eines Identitätsverlustes durch eine "Kolonialisierung" nationaler kultureller Identitäten (die Populärkultur ist ein dynamisches Feld der Auseinandersetzung und Neudefinition bzw. -adaption durch ihre Rezipientinnen und Rezipienten, die Konsumentinnen und Konsumenten, außerdem ist der Begriff der nationalen Identität ein "imaginärer" Begriff); vielmehr sieht er die Gefahr, dass es zu einer tiefen Transformierung der Kultur kommt, die mit den kulturellen Praktiken des Konsumierens verbunden ist. Das heißt, dass es für Alternativangebote zum kapitalistischen Angebot eines 'good life' immer schwieriger werden wird, sich durchzusetzen. "To this extend Benjamin Barber's recent critique on the spread of capitalist consumerism through the globalization of trade and industry ('McWorld') and its threat to local democracy, and more generally the civil society, rings true indeed."<sup>1353</sup> Mit Bret Easton Ellis' Verweisen auf den Kabelkanal MTV – alle Figuren schauen darin mindestens einmal MTV bzw. es laufen MTV-Videos im Hintergrund – führt der Autor die in seinen Romanen porträtierte zunehmende Apathie und Gleichgültigkeit der Jugendlichen ganz konkret auch auf diesen Musikkanal (und auf die Bedeutung des Musik"fernsehens") zurück: Der Umgang seiner Figuren mit dem Musikkanal erschöpft sich nämlich zumeist in einem unbeteiligten "auf den Bildschirm starren". Mit seinem Serienmörderprotagonisten Patrick Bateman und dessen fragmentierter filmischer Wahrnehmungsweise – in Form von *sounds, bits and pieces* – vermag Ellis seine Gesellschaftskritik an der Unterhaltungsindustrie letztendlich gar zu radikalisieren.

Siehe *MODE in den 1980ern; MUSIK in den 1980ern; Megadeth und Cable TV*

### Multiple personality

Eine psychische Krankheit, die auch als dissoziative Identitätsstörung bekannt ist. 1980 hatte die American Psychiatric Association das Krankheitsbild der multiplen Persönlichkeit in ihrem 3. Leitfaden für psychische Störungen (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, DCM-III) erstmals genau definiert und klassifiziert.<sup>1354</sup> Ihre psychiatrische Diagnose beschreibt die Präsenz von zwei und mehreren Persönlichkeitszuständen bzw. Teilidentitäten, die das Verhalten der betroffenen Person kontrollieren und bestimmen. Das Erleben eines Traumas, zumeist handelt es sich um sexuellen Missbrauch im Kindesalter, wird als Auslöser für das Aufspalten in mehrere Identitäten mit eigenem Charakter und eigener Verhaltens- wie Denkweise angenommen. Eine Therapie soll helfen, das Trauma zu verarbeiten, die betroffene Person auch im Alltag zu stabilisieren und die verschiedenen Teilidentitäten miteinander zu verbinden. Das wohl bekannteste Beispiel für eine gespaltene Persönlichkeit in der Populärkultur ist die Geschichte von Dr. Jekyll und Mr. Hyde, die auch als Grundlage für das Porträt des Autors Bret Easton Ellis und seiner Figur Patrick Bateman als Yuppie und Serienmörder in den 1980er-Jahren gedient haben dürfte.

### Murphy, Charles

Ein US-Staranwalt im New Yorker Manhattan in den 1980ern.

<sup>1351</sup> Mel van Elteren, "Conceptualizing the Impact of US Popular Culture Globally," *Journal of Popular Culture* 30.1 (Summer 1996): 76.

<sup>1352</sup> Ebda., 47.

<sup>1353</sup> Ebda., 81.

<sup>1354</sup> Vgl. American Psychiatric Association, *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders: DSM-III-R.*, (Washington, D.C., 1987, ISBN 0890420181) 269–72.

## Murphy Brown

Eine US-amerikanische Sitcom auf CBS seit dem 14. November 1988, die als halbstündige Serie in den Büros der FYI, einer fiktiven Fernsehnachrichtenshow in Washington, D.C. ihre Handlung hat. Die Hauptrolle spielt die ehemalige Kettenraucherin und Trinkerin, die Reporterin Murphy Brown, gespielt von Candice Bergen, nach ihrem Entzug in der Betty Ford Clinic.

## MUSIK in den 1980er-Jahren: Die Show übernimmt den Ton

Music has deep emotional meaning, both in its sound and lyrics. It can also have meaning by this association with personal experiences. Both genders report that they use music to change their moods and manipulate emotions. It is not just noise or entertainment, but a self-administered psychotherapy – that works.<sup>1355</sup>

Das ist das Ergebnis einer der wenigen auch breiter angelegten wissenschaftlichen Untersuchungen über die Wirkung und Funktion von populärer Musik bei jungen Amerikanerinnen und Amerikanern in den 1980er-Jahren. Rock und Pop zeichneten sich dabei als bevorzugte Genres aus, welche von einer musikalischen Vielfalt, vor allem aus den zwei bis drei Dekaden zuvor begleitet wurden. Nach dem Populärkulturwissenschaftler van Elteren liegt auch die Bedeutung der Musik unbestritten in ihrer emotionalen Kraft; das heißt, dass sie den Menschen in seinem Innersten anzusprechen vermag und mit anderen Menschen verbinden kann. In *American Psycho* konsumiert der Erzählerprotagonist Patrick Bateman Musik nach dem Wertmaßstab „neu“ und „in allen Versionen“ erhältlich (d. h. als Originalaufnahme, Single, Sample, LP, CD), um dann mittels Musikzitate „scheinbare“ Gefühle oder Zustände textlich reproduzieren zu können. Dabei zeigt sich auch ohne spezifisches Hintergrundwissen aus der Rock- und Popmusik bzw. anderer gängiger Genres, dass viele der zitierten Liedtitel oder -passagen fiktive Kunstgriffe vonseiten des Autors sind: Mit diesen Eingriffen unterminiert Bret Easton Ellis die Glaubwürdigkeit seines Erzählerprotagonisten Bateman und somit auch dessen Zuverlässigkeit als Erzähler. Dies zeigt sich, wenn die Liedinhalte im Widerspruch zu den Handlungen oder Aussagen Batemans stehen und wenn verfälschte oder fiktive Songtitel real existierenden Interpretinnen und Interpreten zugeordnet bzw. fiktiven oder namentlich verfälschten Musikschaffenden real existierende Songs zugewiesen werden. Ellis hat *fact and fiction* – Fiktion und Wirklichkeit – ganz offensichtlich gemischt. Bereits am Textanfang verweist Ellis auf ein solches Vorgehen: Gleich im Eingangsmonolog erwähnt der Erzählerprotagonist Bateman den Song „Be My Baby“ und teilt diesen wenige Zeilen später, auf Seite 4, der Musikband The Crystals zu. Der Song stammt jedoch von The Ronettes, einer Girlgroup der 1960er. An späterer Stelle, auf Seite 40, wiederholt sich dieselbe Unkenntnis mit dem Song „Then He Kissed Me“, den Bateman den Ronettes zuweist, welcher aber wiederum von den Crystals stammt. Diesen ersten Musikzitaten sollten über 50 weitere Musikzitate von SängerInnen, Bands oder Liedtiteln in *American Psycho* folgen. Daneben gibt es noch drei ausführliche Kapitel über die musikalische Entwicklung von „Genesis“ (AP 133–36), „Whitney Houston“ (AP 252–56) und „Huey Lewis and The News“ (AP 352–60) aus der Sicht Patrick Batemans. Diese wie PR-Texte aufgebauten Musik-Werbeblöcke zeigen die Verkommerzialisierung der Musikindustrie in den 1980er-Jahren auf sowie die darin implizierte Korruption jeglichen kritischen Potenzials. Letzteres belegen im weiteren Sinne auch viele versteckte Hinweise zum „Tod“ des Punks anhand der Punk-Bohemians Stash und Vanden und des ominösen Artikels „The Death of Downtown“ in der Zeitschrift *Deception* und des Autors (Ellis') Trauer über die erfolgte Vereinnahmung des Punks in den späten 1970er- und frühen 1980er-Jahren. Sinn und Zweck der Musikreferenzen ist es, nicht nur einen Überblick über die Musikkultur der Achtzigerjahre zu geben, sondern die Figur Patrick Bateman zu kommentieren und mit ihr die Funktion der Musik in *American Psycho* als wertloses Beiwerk zu belegen: Tiefgründiges Hintergrundwissen ist bei Bateman durch Trivialwissen ersetzt, wobei auch diese „trivialen“ Zitate durch ihre hohe Fehlerquote Batemans Oberflächlichkeit (im Hyperkonsumieren von Information) und Ignoranz belegen. Ein weiteres Beispiel hierfür ist der Hit aus den 1960ern, „Cherish“ von The Association. Bateman teilt diesen Song spontan der Folk-Rock-Pop-Gruppe The Lovin' Spoonful aus den 1960ern zu, die zu jener Zeit einen breiteren und längeren Erfolg als die Popgruppe The Association hatten. 1989 erschien auch eine gleichnamige Single von Madonna, „Cherish“ aus dem vierten Album *Like a Prayer*, das in Madonnas Karriere die Ära der Skandale mit „obszönen“ Songs und provokanten Auftritten einleiten sollte.

Popular music is everywhere. It has become more and more an unavoidable part of our lives. [...] We encounter it in the shopping mall, the supermarket, on the streets, at work, in parks, in pubs, in clubs, in restaurants and cafés, on the television, at the cinema, on the radio. In addition, we can locate it in music stores, in our individual music collections, on jukeboxes, at concerts and festivals. Our musical

<sup>1355</sup> Alan Wells, „Popular Music: Emotional Use and Management,“ *Journal of Popular Culture* 24.1 (Summer 1990): 115–16.

choices contribute to our sense of self. They also contribute to the economic well-being of the music industry.<sup>1356</sup>

Alle Musikzitate in *American Psycho* dokumentieren diese Entwicklung hin zu einer Unternehmenskultur mit ihrem Verlust an Authentizität, mit der (kommerziellen) Verwertung bzw. der Beurteilung von Musik nach ihrem Marktwert, wobei die sogenannte "Muzak"-Musik als Phänomen seit den 1930ern in einem eigenen Eintrag in dieser Arbeit hervorgehoben wird. Bei Muzak handelt es sich um zumeist bekannte, nach wissenschaftlichen Prinzipien der Entspannung und Stimulation veränderte, im Hintergrund laufende Musik aller Genres. Als solche vermag Muzak die gezwungenermaßen zum Zuhören bestimmten Menschen subtil zu beeinflussen, beispielsweise mit entspannenden Musikklangen zu einer höheren Reizempfänglichkeit beizutragen. Das spezifische Muzak-Genre der 1980er-Jahre war die New Age-Musik, mit deren sphärischen (und vor allem inhaltslosen) Klängen mystische Spiritualität assoziiert wurde. Aber nicht nur New Age-Musik verkörperte die unpolitische Haltung eines Großteils der amerikanischen Bevölkerung in den 1980er-Jahren: Bei meiner Recherche zu Christopher Cross (Bateman erwähnt dessen "neue" CD sowie eine zusammengestellte Kasette mit Liedern von Christopher Cross und Stephen Bishop) stieß ich auf folgendes Zitat von ihm: "I am very nonpolitical and a nonintellectual lyricist. [...] people have so many demands on them already in their lives. I'm just trying to give them a little enjoyment and relaxation."<sup>1357</sup> Diese Aussage ist mir deswegen wichtig, weil Christopher Cross' Musik – trotz "spätem" Einstieg in die Musikszene (1979) – kurz darauf bereits große Publikumserfolge hatte und somit auch als Verkörperung des Zeitgeistes der 1980er-Jahre gesehen werden kann: So erhielt Cross bei der Grammy-Verleihung 1980 vier Auszeichnungen für "Best Album", "Best Song", "Best Record" und "Best New Artist". Dazu schrieb der Musikkritiker Paul Gein im amerikanischen Musikmagazin *Billboard* "the greatest sweep by a new act in the 23 years history of the Grammy awards"<sup>1358</sup>. Bateman hasst Live-Musik, was daran liegen mag, dass Livemusik nicht konsumgerecht produziert und verpackt werden kann. Der Erzählerprotagonist besucht dennoch ein U2-Konzert in New Jersey, denn diese Rockgruppe ist "in" und auf dem *Time*-Cover abgebildet. Ironischerweise wird damit das Konzert einer (per Definition gegen Konservatismus rebellierenden) Rockgruppe in den 1980ern zu einer Versammlung von Yuppies. Bateman selbst ist mit seiner Freundin Evelyn, seiner Geliebten Courtney und ihrem Freund Luis Carruthers sowie mit seinem Konkurrenten Paul Owen und dessen Freundin Ashley dort und entdeckt auch einige Reihen hinter sich das befreundete Ehepaar Ann und Scott Smiley (*AP* 142–43). Gleich bei Konzertbeginn verwendet Ellis einen kleinen situationskomischen Kunstgriff zur Darlegung von Batemans Ignoranz und der seiner Begleitpersonen, allesamt Yuppies, was U2 betrifft, indem diese auf der Bühne nach dem Leadgitarristen David Evans, auch "The Edge" genannt, suchen, ihn aber dann als Drummer mit dem Spitznamen "The Ledge" verwechseln (*AP* 144). Gleich wie INXS begründeten auch U2 ihren Erfolg mittels MTV-Videos und Tourneen, welche zu Megaevents wurden und damit auch zunehmend ihren Platz auf dem Titelblatt einflussreicher "kritischer" Nachrichtenmagazine wie *Newsweek* und *Time* fanden. Mit dem U2-Konzert visualisiert Ellis auch die Idealisierung von Stars, indem er eine kurzfristige Verschmelzung bzw. Identifikation zwischen dem Sexsymbol und U2-Sänger Bono und dem Erzählerprotagonisten Bateman herbeiführt. Diese "mysteriöse" Verschmelzung führt schlussendlich zu Batemans Erektion, was zusammen mit weiteren Passagen in *American Psycho* auf dessen latente Homosexualität verweist. Der Musik- und Kulturkritiker Fred Pfeil beschreibt am Beispiel der Rock-Ikonen Axl Rose von der Heavy Metal-Gruppe Guns N' Roses und Bruce Springsteen – die sich nicht nur in der Zeit ihrer Erfolge sondern auch wesentlich in ihrem Musikstil unterscheiden – die Bedeutung des männlichen Körpers in der kapitalistischen Musikindustrie folgendermaßen:<sup>1359</sup>

... each represent rock and roll racial and sexual differentiations. Both white males, they meet the first requirement for appealing to the young white male that makes up their audience. Springsteen represents a nostalgic view of blue-collar workers and does so with enough authenticity to appeal to left and right, old and young. Rose is equally authentic in his representation of the sincerely instable and vicious youth that tends to associate with heavy metal. [...] the rocker's body, a production yet not a product, stands behind every rock commodity like an unmoved mover, guaranteeing its integrity yet untainted by its sale.<sup>1360</sup>

In *American Psycho* belegt U2-Sänger Bono diese Kommodifizierung des männlichen Körpers. Bateman kann als Erzählerprotagonist nie ernst genommen werden. Auch *live* beim U2-Konzert missversteht Bateman die von Bono – vermeintlich – vorgetragenen Liedpassagen "A hero is an insect in this world"

<sup>1356</sup> Vgl. auch John Storey, "Popular Music," *Cultural Studies & The Study of Popular Culture: Theories and Methods*, (U of Georgia, 1996): 93.

<sup>1357</sup> Plattenhülle des Albums *Christopher Cross* (Warner Bros Records, 1979)

<sup>1358</sup> Ebda.

<sup>1359</sup> Fred Pfeil, "Rock incorporated: plugging in to Axl and Bruce," *Michigan Quarterly Review* 1993: 534–71.

<sup>1360</sup> Ebda., 536.

und “I am the devil and I am just like you” – sie stammen aus Batemans Einbildung. Beim nächsten U2-Musikzitat hängt es wiederum vom Verständnis der LeserInnen als rezipierende Konsumentinnen und Konsumenten der amerikanischen Populärkultur ab, wie sehr sie die implizierte Kritik in *American Psycho* verstehen. Bei einem weiteren U2-Titel “Where the Streets have no Name” aus deren Durchbruchalbum *The Joshua Tree* hört Bateman nur “Where the Beat Sounds the Same”, was komisch wirkt, vor allem jedoch auch als vernichtender Kommentar des Autors zur Musik von U2 zu werten ist. Mit weiteren Verweisen und Seitenhieben auf Rockbands in *American Psycho* dehnt sich Ellis’ Kritik auf die breit feststellbare Homogenität der Rockmusik in den 1980er-Jahren aus. Denn die Rockmusik – so wie die von der Musikindustrie kommerziell vereinnahmten Songs der 1960er-Jahre – lassen in den 1980er-Jahren jegliches subversive Gedankengut vermissen. So gefällt Iggy Pop Bateman erst, seit dieser kommerzieller geworden ist; mit seinem vormals rebellischen Image kann er nichts anfangen. Ein kurzes Sichten des Rockstars und (ehemaligen) Rebellen Mick Jagger in einem Nachtclub lässt Bateman die Bemerkung “What a y-u-p-p-i-e” entlocken. Dass der Erzählerprotagonist The Rolling Stones kaum kennt, belegt er an anderer Textstelle: Als Bateman gefragt wird, welches Lied für ihn das traurigste sei, nennt er “You Can’t Always Get What You Want” – einen sehr optimistischen Song der Rolling Stones – und belegt dadurch seinen Materialismus. Das Lied selbst ordnet er den Beatles zu. Auf die Frage nach dem glücklichsten Lied erwähnt Bateman “Brilliant Disguise” – ein sehr melancholisches Lied des Rocksängers Bruce Springsteen. Mit diesen klaren Verweisen auf weltweit bekannte Lieder nutzt Ellis bewusst den Wiedererkennungswert der Zitate bei seinen Leserinnen und Lesern aus, um immer wieder Batemans Ignoranz und Unzuverlässigkeit als Erzähler zu belegen. Der Inhalt des Liedes “Brilliant Disguise” illustriert fast klischeehaft Batemans Auseinandersetzung mit den Annäherungsversuchen seiner Sekretärin Jean und der Figur Bateman selbst. Ein intensives Lesen und Vergleichen lässt jedoch vermuten, dass Bateman nicht lieben kann, da er nicht vertrauen bzw. Gefühle spüren kann und sich seiner selbst nicht sicher ist: “Well I’ve tried so hard baby – But I just can’t see – What a woman like you – Is doing with me – So tell me who I see – When I look in your eyes – Is that you baby – Or just a brilliant disguise.” (Original-Liedzeile) Dann weist er plötzlich auf sich hin, dass er eine Maske tragen könnte: “Now look at me baby – Struggling to do everything right – When out go the lights – I’m just a lonely pilgrim – I walk this world in wealth – I wanna know if it’s you I don’t trust – ‘Cause I damn sure don’t trust myself.” (Original-Liedzeile) Es sei ihnen, den Liebenden im Song, – auch auf Bateman und Jean umzumünzen – von einer Zigeunerin zwar eine gemeinsame Zukunft vorausgesagt worden – und nun spiele sie die liebende Frau, und er werde den liebenden Mann spielen –, doch sie (Jean) solle sich ihn (Bateman) genau ansehen und das Image, das er ihr vermittele, genau prüfen: “Is that me baby – Or just a brilliant disguise – God have mercy on the man – Who doubts what he’s sure of.” Diesem Musiktitelverweis in *American Psycho* folgt eine Szene mit Bateman und seiner Sekretärin Jean, für die eine Ehe (mit Bateman) das größte Glück auf Erden bedeuten würde. In dieser Szene wird die Wertewelt eines “ganz normalen”, eher konservativen Menschen die – den Leserinnen und Lesern mittlerweile bekannte – Wertewelt Batemans gegenübergestellt. “Brilliant Disguise” belegt auch den Widerspruch zwischen der oberflächlichen Wahrnehmung, auf der (s)ein öffentliches Image basiert und der Realität des Protagonisten. “Brilliant Disguise” gleich wie ein weiterer Songtitel von Bruce Springsteen sowie der Titel des Kapitels “Valentine’s Day” stammen alle aus dem Album *Tunnel of Love* (1987); ein Album, in dem Springsteen sehr enigmatisch und zugleich auf sehr persönliche Art und Weise Liebe und Hass verbunden hat. *Tunnel of Love* lässt sich auch mit den häufigen Anspielungen auf das fiktive Nachtlokal “Tunnel“, in dem die Erzählerwende vom Yuppie zum Serienmörder markiert wird, kontextualisieren. Dem “echten” Rocker Bruce Springsteen stellt Bateman wenig später den “Rocker” Richard Marx gegenüber (“I introduced her to Richard Marx. Jesus Christ, what else does she want?” AP 197). Der Poprockmusiker Marx eroberte mit seinen – sauber auf sein Publikum zugeschnittenen – leicht verdaulichen, sprich schalen, kommerziellen Hits viele Herzen und wurde als “Best Male Rock Vocal Performance” für einen Grammy nominiert. Neben der von der Musikindustrie der 1980er korrumpierten Rockmusik aus den 1960ern, die gegen jeglichen Status Quo rebellierte, verweist Bateman auch auf “Motown versions” der 1960er. Bateman erwähnt dabei konkret die Girlgroup The Shirelles und The Ronettes. Motown Records war die erste große, von Afroamerikanern gegründete und geführte Plattenfirma in den 1960ern, die zwar kommerzielle, nichtsdestoweniger authentische afroamerikanische Musik produzierte und dadurch auch zur *black visibility* beitrug. Mit Liedzeilen aus Popsongs reproduziert Bateman für die LeserInnen auch seine Gefühlszustände. Nach dem grausamen Mord an einem Kind im Central Zoo spielt Bateman auf die in ihm einsetzende Leere an: “I feel empty, hardly here at all [...] I buy a Dove Bar – a coconut one – and I imagine a hole, widening in the sun and for some reason this breaks the tension [...]” (AP 300) Diese Zeile im Text spielt auf das Lied “King of Pain” der Gruppe *Police* an. An anderer Stelle zitiert Bateman wiederum einen “folkloristischen” Song aus den 1960ern “The Lion Sleeps Tonight” von The Tokens und lässt erahnen, dass er (heute) keine mörderische Aktivität unternehmen wird (AP 24). Das exotische, in Falsetto gesungene Lied basiert auf



einer afrikanischen Volksweise. Bateman hört auch Amerikas erste moderne Popband, The Beach Boys, "Erfinder" des vokalharmonischen und komplexen *California sound* und der *surf music*, die "schwarze" R&B-Band der 1970er-Jahre Earth, Wind & Fire, die in den 1980ern Genesis in einem Song begleiten. Und wie die Rolling Stones haben auch die Beach Boys es geschafft, sich mit ihrer Musik in die 1980er- und 1990er-Jahre hinüberzuretten. Um vor einer Ex-Freundin anzugeben, will Bateman ein Livekonzert der Band The Kingsmen mit ihrem Song "Louie, Louie" besucht haben; die Band gab es allerdings schon lange nicht mehr, und der Song selbst ging auf das Jahr 1963 zurück. Bateman hört auch Paul Butterfield, einen experimentierfreudigen, weißen Blues Mundharmonika-Spieler. Diese Anspielungen auf die rebellischen, *anti-establishment* ausgerichteten 1960er-Jahre, die in den 1980ern zu einer "destructive recycling culture"<sup>1361</sup> mutierten, sind als sarkastischer Kommentar des Autors zu werten. Die Auswahl der Musikzitate trifft Bateman nicht selbst, sondern er konsumiert das, was in den Achtzigern populär war, was angeboten wurde: "weiße" Musik oder für "weiße" AmerikanerInnen gemachte ethnische Musik – Hauptsache glatt und leicht verdaulich mit viel Gefühl. Das Musikangebot der 1980er-Jahre, wie es in *American Psycho* dargeboten wird, ist eine (politische) Mischung aus vergangenen Dekaden mit Schwerpunkt in den 1950ern und 1960ern und vom Musical als Mischform zwischen Musiktheater und Tanz, Pop, Rock, Jazz, Blues geprägt: Timothy Price singt den "originalen" Ohrwurm aus dem 1960er-Jahre-Musical *Fiddler on the Roof* nach, der Leben und Traum eines russisch-jüdischen Bauern beschreibt. Die *prerock*-Musikvorlieben Batemans reichen von der Bix Beiderbecke Bigband der 1920er-Jahre zu Nat King Cole und Frank Sinatra, wobei Bateman von Sinatra "only his 1950s period" schätzt (AP 280); Sinatras Image hatte sich mit den 1950ern vom Sonnyboy zum Badboy gewandelt. Auch beim gerade in seiner Anfangsphase sehr anspruchsvollen Gillespie bevorzugt Bateman die späteren Jahre, denn "[the] early Dizzie Gillespie –deeply irritate" (AP 149). "Rock 'n' Roll" als Phänomen der 1950er hatte seine Wurzeln in der Musik der afroamerikanischen Bevölkerung und blieb mit ihr "unsichtbar". Erst durch den "weißen" Amerikaner Elvis Presley, der es verstand, das aggressive, schwarze Potenzial zu transkribieren und zu kanalisieren, hatte der Rock 'n' Roll amerikaweit und international seinen Durchbruch. Bateman ist Presleys Fan, so wie das restliche weiße Amerika, das Elvis bis heute als Erfinder des Rock 'n' Roll feiert. Die konsumierte Musik in *American Psycho* illustriert mit der zunehmenden Musikvielfalt auch ein weiteres Phänomen der 1980er-Jahre, das sich in einer verstärkten Immigration bemerkbar machte. Mit der Bemerkung Evelyns (Batemans Freundin), dass sie sich bei einer Hochzeit mit Bateman für eine "zydeco band or mariachi or reggae, something ethnic to shock Daddy" (AP 124) entscheiden würde, könnte die Kluft zwischen dem weißen, reichen und dem Minderheiten-Amerika nicht expliziter ausgedrückt werden; ganz nebenbei veranschaulicht Evelyn mit ihrer Aussage auch wie jegliches musikalische Subversionspotenzial vereinnahmt werden kann. Neben der beschriebenen großen Musikauswahl wurde die Musikvielfalt jedoch durch Mainstream-Musikmagazine, vor allem aber durch MTV kanalisiert und homogenisiert. Mit den Einschaltquoten stieg auch der Druck auf die Produzenten (und Produzentinnen) immer etwas "Neues" anbieten zu müssen. Der Lebenszyklus von männlichen und weiblichen Stars und Gruppen begann sich zu verkürzen und Quantität fing an Qualität zu ersetzen. Damit entwickelte sich auch die Musikindustrie in Richtung Wegwerfkultur: Ein Top-Hit wird so lange recycelt, bis er von einem neuen Hit abgelöst wird. Musikevents werden dabei immer mehr zum Zeitmesser. 1985/86 läuft in den von Bateman frequentierten Nachtclubs unentwegt Eddie Murphys "Party all the Time" und ab 1988 Belinda Carlises größter Hit "Heaven is a Place on Earth". Die Sängerin der früheren LA Pop-Punk-Girlgroup The Go-Go's hatte mit einem Wechsel ihrer Musik und dem weiteren Solo-Hit "I Feel Free" einen plötzlichen Mainstream-Durchbruch. 1987 folgt "Pump up the Volume", ein früher *Techno-Dance-club*-Hit der Gruppe M/A/R/R/S, der 1988 vom Song "Don't Worry, Be Happy" des Vokalgenies Bobby McFerrin abgelöst wird. Bateman konsumiert auch den Hit "Faith" von George Michael, dessen Image sich auf dem gleichnamigen Album vom dandyhaften Schnulzensänger der Gruppe Wham! zu einem Solo-Star mit Dreitagebart und christlichem Kreuzanhänger gewandelt hat; der rockig angehauchte Imagewandel war für eine Wahrnehmung von George Michael als Solo-Star grundlegend. Bateman will up to date sein und hört "the new Kenny G CD", Kenny G hatte als vermeintlicher Jazzer einen unglaublichen Breitenerfolg. Bateman kauft sich auch "the new Janet Jackson"; Michael Jacksons Schwester hatte Ende der 1980er-Jahre ihren Durchbruch mit dem Album *Rhythm Nation*, welches in seiner Videochoreografie und grafischen Vermarktung eine militärische und teilweise faschistische Bildsprache verwendete. Madonnas Hits, insbesondere "Material Girl" als musikalische Verkörperung der 1980er-Jahre, sind allgegenwärtig. Sowohl Michael Jackson als auch Madonna haben mit ihrer musikalischen Selbstvermarktung die Musikwelt – und damit auch die Mode und Videodarstellung – revolutioniert. Bateman hört aber auch "the new Stephen Bishop", "the new Phil Collins", Cher (die ihr Comeback als Solo-Star feiert), "the new Mike and the Mechanics CD" (Mike + the Mechanics stürmten 1989 mit dem

<sup>1361</sup>

Irmer, 353.

Song "The Living Years" die Hitparaden Amerikas und waren als Band auch ein Nebenprojekt des Genesis-Bass/Gitarristen Mike Rutherford) und "Party all the time" (1985) des Schauspielers und Komikers Eddie Murphy. Zusammen mit Bruce Willis' CD *The Return of Bruno* (der Schauspieler Willis landete 1987 mit "Respect Yourself" einen großen Hit) und mit den Anspielungen auf Patrick Swayze und Sting illustriert Ellis die vielseitige Vermarktungspraxis von Stars, die mit einem Cross-over-Erfolg in den verschiedenen Sparten zu *Megastars* wurden. Ein von Bateman zitierter Musiktitel aus dem Jahr 1976 sollte die Dekade des Hyperkonsumismus und der Yuppie-Exzesse vorwegnehmen: "Life in the fast lane" von den Eagles<sup>1362</sup>: Reiche Frau und attraktiver Mann in einer Großstadt. Sie hält ihn aus; er erpresst sie. Sie haben eines gemeinsam – Freude am Sex. Er hat den Ruf, skrupellos zu sein. Sie leben ungebremst den Reiz des Neuen und des Spiels, kennen die richtigen Leute, geben Partys, tauschen Visitenkarten aus und schnupfen Kokain – all das immer schneller, machen den Tag zur Nacht, immer schneller, immer abgestumpfter, immer schneller, sind im Kreislauf gefangen. 10 Jahre später war "Life in the fast lane" zum Motto eines schnell erfüllten und schnelllebigen Yuppie-Lebens geworden und charakterisierte als solches den Umbruch im Konsumismus. Siehe *Muzak* und *KUNST in den 1980ern*

### **Mussel sausage**

Ein Fachbegriff für ein wurstförmiges und mit faulenden Muscheln, einem besonders wertvollen Köder gefülltes Anglernetz, das von schwedischen Anglern erfunden wurde.

### **Muzak**

Eine nach wissenschaftlichen Prinzipien der Entspannung und Stimulation kreierte Hintergrundmusik. Spätestens seit Ende der 1930er-Jahre, als ein US-General für Fernmeldewesen namens Squier Restaurants und Einkaufsläden mit "wired-radio"-Diensten versorgte, weiß die Verkaufsindustrie, dass Menschen mit Muzak-Musik nicht nur "produktiver" arbeiten, sondern auch "konsumorientierter" agieren. Das heißt, dass sich bei Musik im Hintergrund unter der Handelsbezeichnung "Muzak" Produkte besser verkaufen lassen. Seither findet Muzak-Musik ihren Einsatz in vielen unterschiedlichen Situationen, wo eine Stimmungsbeeinflussung "Entspannung" fördern soll:

It was played on the Apollo lunar spacecraft and in the embassy when America evacuated South Vietnam. Lyndon Johnson owned a Muzak franchise in Austin, Texas, although the White House has had it since Eisenhower. [...] The key to Muzak is its concept of Stimulus Progression. [...] Muzak programming is based on practical scientific principles, as valid as those used in creating good interior design, lighting and climate control.' Every song is given a rating, from one (slowest) to six (most stimulating). The songs are arranged to get more stimulating in the mid-morning and mid-afternoon, to perk up flagging workers, and to actually get less stimulating around the lunch hour to calm workers down. Of course, the same tunes not only make workers more productive, but make shoppers stay longer and spend more.<sup>1363</sup>

Muzak-Musik schöpft aus allen Genres: Zumeist bekannte Musik wird nach wissenschaftlichen Kriterien der Stimulierung verändert und kann dann per Knopfdruck und je nach Gebrauchszweck mal mehr oder weniger stimulierend eingesetzt werden. Die Allgegenwärtigkeit von Muzak-Musik in allen künstlich geschaffenen Lebensräumen – in Einkaufszentren, Hausliften wie Fitness-Studios – belegt die 1980er-Jahre als Dekade des Hyperkonsumismus. Die Muzak-Musikzitate reflektieren Batemans Lebenswelt, welche in vorprogrammierte Musik aus (unsichtbaren) Lautsprechern eingebettet zu sein scheint. Das Musik-Genre der leichten Klassik findet sich mit Antonio Vivaldis "Vier Jahreszeiten" besonders oft recycelt. In *American Psycho* läuft dieses Stück als Hintergrundmusik nicht nur im berühmten und exklusiven New Yorker Restaurant The Four Seasons (eines der ersten Yuppie-Restaurants) und in anderen Restaurants, sondern auch in den erwähnten Einkaufszentren (AP 218). Einen weiteren indirekten Hinweis auf die Tradierung der "Vier Jahreszeiten" gibt Bateman mit dem Zitat "the jukebox plays Frankie Valli singing "The Worst That Could Happen"" (AP 328). Frankie Valli war der Falsetto-Sänger der vokalen Popgruppe The Four Seasons. Das zitierte Lied wiederum stammt von der Gruppe The Brooklyn Bridge. Während Bateman Pornovideos ausleiht, entspannt er sich mit der in allen Instrumental-Versionen erhältlichen und zum x-ten Male recycelten Kammermusik *Pachelbel's Canon* (AP 70), mit Barockmusik von Johann Pachelbel. Ein weiteres Genre, das Bateman erwähnt, ist Muzak-Jazz ("A jazz band playing a fine rendition of "Take Five" AP 202), Dave Brubecks Klassiker, oder auch Frank Sinatras klassischer Pop-Ohrwurm "Witchcraft". Daneben gibt es Weihnachtsmuzak, aber auch Rocksongs wie "Sympathy For The Devil" der Rolling Stones werden in

<sup>1362</sup> "Life in the fast lane" von Joe Walsh, Don Henley, Don Felder, Glenn Frey, Randy Meisner (*Eagles*) auf dem Album *Hotel California*, 1976.

<sup>1363</sup> Vgl. V. Vale and Andrea Juno, eds., *Incredibly Strange Music*. Vol. 1. San Francisco: RE/SEARCH Publications, 1993: 51.

einer vorprogrammierten Muzak-Version angeboten. Besonders die Rocksongs – die vor ihrer Muzak-Version noch revolutionäres Gedankengut trugen – vermitteln den Zu- oder Beihörenden “the longing for a new utopian community”<sup>1364</sup>. 1987 erschien auch ein Roman mit dem Titel *Sympathy for The Devil*<sup>1365</sup> über einen Vietnamsoldaten und die menschlichen Untiefen des Vietnamkriegs und belegt das Recyceln von Titeln mit Wiedererkennungswert. Muzak findet sich als atmosphärische Untermalung in Aufzügen (“elevator music”), in Taxis oder in Clubs; Muzak ist immer und überall präsent und vermag die MusikerInnen oder deren Gruppe als individuelle Interpretinnen und Interpreten zugunsten einer Berieselung völlig in den Hintergrund zu drängen, sodass diese oftmals gar nicht mehr bekannt sind:

Thus the Muzak [...] reflects a major shift taking place in contemporary musical aesthetics, a shift that has transformed listening practices and generated confusion over the way we measure artistic worth in the late twentieth century.<sup>1366</sup>

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Myrène de Prémonville**

Eine französische Modedesignerin (\* 1949), die bereits mit vier Jahren mit ihrer Mutter, auch Mannequin, auf dem Cover der Modezeitschrift *Elle* abgebildet war und sich ab 1983 nach Lehrjahren bei internationalen Designern wie beispielsweise bei Fiorucci selbstständig machte. 1986 hatte de Prémonville ihren Durchbruch mit ihrer eigenen, auf Detail und Weiblichkeit gründenden gleichnamigen Modemarke. Ellis verfälscht auch hier den Vornamen der Modedesignerin und nennt sie “Myrone”, was vielleicht niemandem außer Fachleuten der Modeszene und Modedefreaks auffallen wird. Siehe *MODE in den 1980ern*

## **N**

### **Nakajima, Kenkichi**

Ein aus Korea stammender Unternehmer in Japan und seit Ende der 1980er-Jahre auch einer der reichsten Menschen der Welt.<sup>1367</sup> Nakajima war Gründer der Heiwa Corporation 1949, die Pachinko-Automaten produzierte und zu einem der führenden Unternehmen in Japan avancierte. “Pachin”, auf Deutsch “klick”, ist ein senkrechter Spielautomat, eine Art Flipper, mit dem Sachpreise in Bargeld getauscht werden können. Das Wort “Heiwa” bedeutet Frieden. Die Pachinko-Branche sollte Kenkichi Nakajimas Gegenstrategie zu seinen Erfahrungen im Zweiten Weltkrieg sein und zu einem Symbol des Friedens werden. Die Branche bildet heute eine der größten Einkommensquellen Japans mit großen Möglichkeiten der Steuerhinterziehung. Im Laufe der Jahre entwickelte sich die Heiwa Corp. zu einem Unternehmen, das von der Herstellung eines Flippers bis zu seiner Vermarktung die gesamte Produktionspalette umfasste. Die Beschäftigung mit diesen Automaten stellt eine der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen der japanischen Bevölkerung dar. Ein Pachinko gilt auch als Kunstobjekt, als ein hochtechnologisches Spiel mit kreativem Design. Ein Urteil gegen Nakajima wegen Steuerhinterziehung wurde 2004 vom Höchstgericht bestätigt und der 83-Jährige zur Zahlung von 3,4 Milliarden Yen verurteilt.<sup>1368</sup> Es sollte sich hierbei um die höchste Summe handeln, die weltweit jemals von einer Einzelperson zu erbringen war.

### **Namibia**

Ein erst 1990 unabhängig gewordener, afrikanischer Staat im Südwesten des Kontinents, der an die Republik Südafrika angrenzt und der weltweite größte Diamantenlieferant ist. Bret Easton Ellis’ Anspielung auf Namibia in Batemans innerem Monolog “Have the South African colonial forces and the Soviet-backed black guerrillas found peace yet in Namibia? Or would the world be a safer, kinder place if Luis was hacked to bits?” (AP 158) wird mit Namibias Geschichte verständlich: Im Ersten Weltkrieg von Südafrika erobert, wurde das Land nach 1945 – trotzdem es Teil des Völkerbundes war – aufgrund

<sup>1364</sup> Irmer, 353.

<sup>1365</sup> Kent Anderson, *Sympathy for the Devil* (New York: Doubleday, 1987)

<sup>1366</sup> Ronald M. Radano, “Interpreting Muzak,” *American Music* (Board of Trustees of the University of Illinois, 1989): 458.

<sup>1367</sup> Chet Currier, *The World's Richest People* (New York: Arch Cape Press, 1991)

<sup>1368</sup> The Japan Times Ltd., “Ex-Heiwa chief ordered to pay penalty taxes,” *The Japan Times-online*: 21 July 2004, <https://www.japantimes.co.jp/news/2004/07/21/national/ex-heiwa-chief-ordered-to-pay-penalty-taxes/#.W3AoLHF5xE4>.

der Weigerung Südafrikas kein unabhängiges UN-Treuhandgebiet. Im Gegenteil, Südafrika dehnte 1948 seine Apartheid-Politik auch auf Südwestafrika aus. Es formierte sich vor allem der Widerstand der Befreiungsbewegung SWAPO (South West African People's Organisation). 1966 löste die UN-Vollversammlung das UN-Mandat auf und anerkannte den Namen Namibia für Südwestafrika. Trotz Zusicherung vonseiten Südafrikas Namibia bis Ende 1978 unabhängig werden zu lassen, kam es zu keiner Einigung zwischen den Vereinten Nationen, die die SWAPO zur gesetzlichen Vertretung Namibias ernannt hatten, und Südafrika, das nur die von ihm geförderten schwarzen und weißen Parteien als Verhandlungspartnerinnen für eine "innere" Lösung akzeptierte. Von Angola aus führte die SWAPO dann mit Unterstützung Kubas (und damit der damaligen UdSSR) einen Guerillakrieg gegen die südafrikanischen (kolonialistischen) Truppen in Namibia. Die Wahlen im Jahr 1978 brachten eine schwarze Interimsregierung ohne SWAPO-Beteiligung, die von den Vereinten Nationen nicht anerkannt wurde. 1988, zehn Jahre später, verständigten sich Angola, Kuba und Südafrika darüber, dass es freie Wahlen in Namibia geben sollte, was zum Rückzug der kubanischen Truppen führte. Die Wahl einer verfassungsgebenden Versammlung 1989 brachte der SWAPO die Mehrheit, welche 1990 dann die Unabhängigkeit Namibias proklamierte.

### **Nation, The**

Eine unabhängige, progressive US-amerikanische Wochenzeitschrift seit 1865.  
Siehe *MASSENMEDIEN in den 1980ern*

### **Nautilus**

Eine US-Marke für Fitnessgeräte der heutigen Nautilus Inc. Der Erfinder Arthur Jones hat mit seinen Geräten, welche aufgrund ihrer Machart das Herausarbeiten eines jeden Muskels ermöglichen, um 1970 das Gewichtheben revolutioniert.  
Siehe *KÖRPERKULT in den 1980ern*

### **NEC**

Eine Abkürzung für "Nippon Electric Co.", ein japanisches Elektronikunternehmen, das im Telefonbereich begann und von Anfang an im Mobiltelefonmarkt mitwirkte.  
Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Nekenieh**

Von hinten nach vorne liest sich Nekenieh wie die holländische Biermarke Heineken und dürfte wiederum ein Kunstgriff des Autors Bret Easton Ellis sein.

### **Nell's**

Ein legendärer Nachtclub seit 1986 in Chelsea, New York, geführt von Nell Campbell, die durch den Kultfilm *The Rocky Horror Picture Show* (1975) berühmt wurde sowie von Keith McNally und dessen Frau Lynn Wagenknecht. Nell's war wegweisend für die Entwicklung von sogenannten Supper-Clubs im Stile eines British Gentlemen Clubs in NYC, wo im "privaten" Club-Setting auch ein kleines, typisch amerikanisches Abendessen in viktorianischer Atmosphäre eingenommen werden konnte und das "reine" Tanzen zugunsten eines Knüpfens von Kontakten in den Hintergrund rückte. In *American Psycho* spielt ein Kapitel in "Nell's" (AP 199–214).  
Siehe *Teil III über American Psycho* und *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Neutrogena**

Eine der ältesten US-Marken für Hautpflegeprodukte mit medizinischem Charakter (seit 1930) der Firma Johnson & Johnson.

### **New Age**

Eine breite und konsumorientierte Kulturbewegung der 1980er-Jahre, die ihren Ursprung in den USA hatte. Die New Age-Bewegung wurde – eingeleitet von ehemaligen Hippies – als Rückkehr zur Selbsterfahrung in den 1960er-Jahren gefeiert. Sie erfuhr im Kontext der 1980er-Jahre jedoch eine Kommerzialisierung mit Selbsthilfebüchern zur Erprobung fernöstlicher Heilverfahren, asiatischem Mystizismus, Kristallkugeln und Meditationskursen und spiegelte den Wechsel der Hippies zu Yuppies wider. Die sphärische New Age-Musik wurde dann auch zum spezifischen Genre in der Muzak-Musik der 1980er-Jahre, was unter anderem in *American Psycho* mit Batemans Verweis auf einen Refrain von New Age-Muzak belegt wird.

Among the recent innovations in the record industry, the development of New Age music is clearly the most influential. Seemingly all-pervasive [...] the New Age sound has also become one of the most controversial phenomena in contemporary music. To its growing numbers of aficionados, New Age

music is the 'anti-frantic alternative,' 'higher-consciousness music,' or 'world music.' Its detractors have criticized it as 'granola' and 'elevator' music, as 'music for people who hate music,' even 'music for Yuppie mating rituals.'<sup>1369</sup>

Auch in der Muzak-Musik begann das in den 1980er-Jahren einsetzende, typische Cross-over verschiedener Musikstile, das Bateman mit dem Textzitat "New Age music, particularly Manhattan Steamroller" (*AP* 100) kommentiert. Hier handelt es sich um einen auktorialen Kunstgriff, da Ellis zwei Bands mischt und neben Manhattan Transfer, vor allem auf die Ein-Mann-Band Mannheim Steamroller von Chip Davis verweist, der seine Musik folgendermaßen beschreibt: "I think of my music as eclectic, I write by finding superstructures of classical music, then using melodies more akin to today or rock rhythms."<sup>1370</sup> An anderer Stelle erwähnt Bateman eine New Age-Version des Songs "White Rabbit". Dieser Song der Gruppe Jefferson Airplane aus dem Jahr 1967 spielt mittels Figur des weißen Hasen aus Lewis Carrolls Fantasiewelt der *Alice in Wonderland* (1865) auf LSD und seine Wirkung an. Damit galt "White Rabbit" zur damaligen Zeit als "subversiv". Mit seiner New Age-Version in einem Yuppie-Lokal in den 1980er-Jahren zeigt Ellis die kommerzielle Vereinnahmung und damit auch Enttabuisierung dieses Songs auf.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **New Jersey**

Ein US-Bundesstaat seit 1787 (3.) südlich von New York mit der Hauptstadt Trenton.

### **New Orleans**

Eine Stadt im US-Bundesstaat Louisiana, die größte des Südstaates und auch Wirtschaftszentrum und Haupthafen des Mississippi-Flusses.

### **"New Sensation"**

Eine Single (1988) aus dem Album *Kick* der australischen Poprockgruppe INXS, die in den USA unter die Top-10 kam. In dem simplen Rocksong "New Sensation" werden kurzlebige Liebesaffären bzw. ersehnte Liebesbeziehungen besungen, wobei es eigentlich nur um den Reiz eines Liebesabenteuers geht. Die Sucht nach der schnellen Befriedigung, nach immer neuen und intensiveren Sinnesempfindungen sollte auch bestens das sich verändernde, konsumgeprägte Zeitgefühl der 1980er-Jahre ausdrücken.

Siehe *INXS*

### **New York**

Ein US-Bundesstaat (11.) seit 1788 mit der Hauptstadt Albany und gleichnamige Stadt. Wenn zwischen Bundesstaat und Stadt New York unterschieden werden soll, wird der Staat auch als *New York State* und die Stadt als *New York City* bezeichnet.

### **New York City**

Eine US-Stadt an der Ostküste im gleichnamigen Bundesstaat New York am Hudson River. Mit 8 Mio. Menschen (Zensus: 2000) gilt sie als größte Stadt der USA, wobei die weiße Bevölkerung erstmals nicht mehr die Mehrheit stellt und 100.000 Menschen obdachlos sind. New York, auch als "Big Apple" bezeichnet, besteht neben Manhattan weiter aus den Gemeinden The Bronx, Brooklyn, Queens und Staten Island. Kernereignisse in den 1980er-Jahren waren die Errichtung des Trump Towers 1983, der den Bauboom in Manhattan einleitete, der Börsenkrach 1987 und die Wahl David Dinkins 1989 zum ersten schwarzen Bürgermeister von New York City. In den 1980er-Jahren mutierte New York City in ihrer weltweiten Wahrnehmung vom künstlerischen Schmelztiegel und einer hippen Wirtschafts- und Finanzmetropole zur begehrten Weltstadt gemäß dem Credo, dass "Wer es in New York 'schafft', dem liegt die Welt zu Füßen", so die Autorin vorliegender Arbeit.

Siehe *Manhattan* und *New York*

### **New York magazine**

Ein New Yorker Stadtmagazin seit 1968, das zweiwöchentlich jeden Montag erscheint. In den 1980er-Jahren veränderte sich *New York* unter seinem kurzzeitigen Besitzer, dem australischen Medienmagnaten Rupert Murdoch, hin zu einem begehrten Insidermagazin mit Ausgeh- und

<sup>1369</sup> Helfried C. Zrzavy, "Issues of Incoherence and Cohesion in New Age Music," *Journal of Popular Culture* 24.2 (Fall 1990): 33.

<sup>1370</sup> Tim Allis and Beth Austin, "'Convoy' Composer Chip Davis Traded in His 18-Wheeler for a Solo Ride on Mannheim Steamroller," *People* 19 December 1988:147.

Shoppingtipps und einer glamourösen High Society-Berichterstattung. Mit dem 1985 veröffentlichten Artikel "Hollywood's Brat Pack" des Autors David Blum wird der Begriff des "Brat Pack" begründet.<sup>1371</sup>  
Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **New York Post**

Eine 1801 von Alexander Hamilton gegründete Zeitung in den USA, die als damalige *Evening Post* vermutlich die konservativste unter den täglich erscheinenden Blättern war. In den 1980er-Jahren war die New Yorker Tageszeitung vor allem für die Seite 6 und ihre Berichterstattung von Klatsch, Tratsch und Sensationsgeschichten bekannt.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **New York Times, The**

Eine 1851 gegründete US-amerikanische Tageszeitung mit überregionalem Schwerpunkt und von internationalem Ansehen. Mit einer täglichen Auflage von über einer halben Million ist die NYT Amerikas drittgrößte Tageszeitung.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **New York University**

Eine private amerikanische Universität, die größte aller Privatuniversitäten in den USA, im Zentrum von New York City (Washington Square). 1831 von Thomas Jeffersons Finanzminister Albert Gallatin gegründet, würde diese Universität erstmals nicht nur privilegierten Schichten, sondern jeder und jedem – egal welcher Nationalität, Ethnie oder Religion – offenstehen.<sup>1372</sup>

### **New York Yacht Club, The**

Ein exklusiver US-amerikanischer Yachtclub, kurz NYYC, der 1844 von John Cox Stevens und acht weiteren Seglern aus New York gegründet wurde, um die englische Vormachtstellung beim Segeln zu brechen, was auch 1851 mit der Cox'schen "America" erstmals geschah. 1988 wurde das 101 Jahre alte und von Commodore J. Pierpont Morgan großteils finanzierte Clubhaus mit einem fulminanten Fest durch ein neues herrschaftliches Clubhaus am Wasser in Harbour Court in Newport in Jersey City ersetzt. Eine Mitgliedschaft erfolgt nur über eine Einladung.

### **Newport**

Ein am Hudson River gelegener Stadtteil von Downtown Jersey City in New Jersey gegenüber von Manhattan, der sich zu einem elitären Bezirk mit suburbanem Flair und einem riesigen Einkaufs- und Unterhaltungszentrum wie der Newport Mall und noblen Wohnkomplexen wie dem Newport Tower herausgebildet hat.

### **Nicolosi, Vincent**

Ein italoamerikanischer Maßschneider aus New York.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Nightmare on Elm Street, A**

Ein US-amerikanischer Horrorthriller-Klassiker (1984) von Wes Craven mit Johnny Depp in seiner ersten Filmrolle.

Siehe *SEX and VIOLENCE in den 1980ern*

### **Nike**

Eine US-amerikanische Sportschuhmarke, deren Basketballschuhmodell durch den Top-Basketballspieler Michael Jordan von den Chicago Bulls als Alltagsschuhe in verschiedenen Variationen berühmt wurde. Nike war Anfang der 1980er-Jahre die erste Marke, die durch ihre luftdurchlässigen Sohlen Sportschuhe für jede einzelne Sportart anbot.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **976-BIMBO**

Eine US-amerikanische Telefonsex-Hotline, ein *pay per call*-Dienst seit Mitte/Ende der 1980er-Jahre. "Bimbo" ist die abwertende Bezeichnung für eine Frau, die nur als Sexobjekt gesehen wird und entspricht dem abschätzigen deutschen Ausdruck "Puppe".

---

<sup>1371</sup> David Blum, "Hollywood's Brat Pack," *New York* 10 June 1985: 40–47.

<sup>1372</sup> Communications, Nyu Web, *NYU*, [www.nyu.edu](http://www.nyu.edu).

### **976-TWAT**

Eine US-amerikanische Telefonsex-Hotline, ein *pay per call*-Dienst seit Mitte/Ende der 1980er-Jahre. "Twat" ist die abwertende Bezeichnung für die Vulva der Frau und entspricht dem abschätzigen deutschen Ausdruck "Fotze".

Siehe *PORNOGRAFIE in den 1980ern*

### **Noguchi, Isamu**

Ein japanisch-US-amerikanischer Bildhauer und Designer (\* 1904, † 1988), der seine Kindheit größtenteils in Indien, Frankreich und Japan verbracht hatte und dabei einen einzigartigen Stil entwickelte, der ländliche Tradition mit urbanen Elementen in Stadtplanung und Design verband. In den 1980er-Jahren gründete er das Isamu Noguchi Garden Museum in Long Island City, New York, mit traditionellen japanischen Gärten und einer Kollektion von Skulpturen und Möbeln.

### **NoHo**

Eine Abkürzung für "North of Houston Street", einer kleinen Gegend in Manhattan, NYC, zwischen Greenwich Village, West of Broadway und dem East Village mit der Lafayette Street, einer ehemaligen Prunkstraße in den 1820ern, als Hauptstraße.

### **Norma Kamali**

Eine US-amerikanische Marke für fantasiereiche Mode aus ungewöhnlichen Materialien wie Mäntel aus Fallschirmstoff und Abendkleider aus Jersey von Norma Arraez (\* 1945), die 1977 unter dem Namen Omo Norma Kamali (*On My Own*) ihre eigene Linie kreiert hatte. In den 1980er-Jahren wurden ihre Badeanzüge im Hollywood-Stil zum Synonym für diese Glanz and Glamour-Dekade.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **North, Oliver**

Ein US-Marine-Oberstleutnant und Sicherheitsbeauftragter in der Reagan-Administration. North verkörperte Mitte der 1980er-Jahre die Widersprüchlichkeit eines amerikanischen Helden und das karikiert auch Ellis in *American Psycho*: Als sich Patrick Bateman von seiner Freundin Evelyn trennen will, führt er ironischerweise ihre emotionale Instabilität als Trennungsgrund an, worauf Evelyn mit Batemans "Vorbild" Oliver North kontert:

I begin, hesitantly, honestly. "I think you are emotionally unstable."

"You have a poster of Oliver North in your apartment and you're calling *me* unstable?" she asks, searching for something else in the handbag. "Evelyn. [...] I'm twenty-seven. I don't want to be weighed down with a commitment." (AP 339)

Evelyn gibt mit ihrer Antwort nicht nur eine Außenperspektive auf Bateman, sondern auch auf Ellis' Sichtweise von Oliver North, der 1987 vor dem Gericht freimütig bekannte: "I came here to tell the truth – the good, the bad, and the ugly." Norths Aktionen und Aussagen (und die anderer) zur Iran-Contra-Affäre – illegaler Waffenhandel der USA mit dem Iran zur Freilassung amerikanischer Geiseln, Finanzierung der nicaraguanischen rechtsgerichteten Rebellenbewegung sowie Kokainhandel – wurden von der amerikanischen Öffentlichkeit einerseits als Verletzung des Gesetzes und der amerikanischen Demokratie und damit als "falscher Patriotismus" verurteilt; aber andererseits auch als "wahre" patriotische Pflicht im Kampf gegen den Kommunismus in Zentralamerika gewertet. "LT. Col. Oliver North becomes a media hero, along with Senate counsel Arthur Liman and Fawn Hall: Hall, North's secretary, who smuggled shredded documents in her clothing, tells Congress: 'Sometimes you have to go above the written law.'<sup>1373</sup> Die breite Öffentlichkeit war jedoch schockiert, dass die US-Regierung und Reagan das offiziell deklarierte Feindbild Iran seit 1980 inoffiziell unterstützt hatten. Präsident Reagan meinte 1986 zu den Iran-Contra-Anschuldigungen: "We did not – repeat, did not – trade weapons or anything else for hostages – nor will we."<sup>1374</sup> Wenige Monate später sollte Reagan seine Aussage korrigieren und seine Glaubwürdigkeit auch bei seiner treuen Anhängerschaft erstmals in hohem Maße einbüßen: "A few months ago, I told the American people I did not trade arms for hostages. My heart and best intentions still tell me this is true, but the facts and the evidence tell me it is not." North wurde wegen Meineids und der Zerstörung von Beweismitteln verurteilt, aber gleich wie alle anderen Beteiligten unter der Regierung von George Bush Senior begnadigt.

Siehe *Iran-Contra Affair*

<sup>1373</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 357–59 und Wersich, 403 f.

<sup>1374</sup> "THE REAGAN WHITE HOUSE; TRANSCRIPT OF REAGAN'S SPEECH: 'I TAKE FULL RESPONSIBILITY FOR MY ACTIONS'," *The New York Times* 5 March 1987: A18.

### **Nowhere, The Big**

Ein 1988 erschienener Romanthriller von James Ellroy (\* 1948), dem US-amerikanischen "hard-boiled"-Krimischriftsteller aus Los Angeles, Kalifornien, dessen ungeschminkter Realismus und Vorliebe für die russische Literatur des 19. Jahrhunderts zu großen, die Untiefen der Gesellschaft auslotenden Porträts führt. Als Ellroys Mutter einem Sexualverbrechen zum Opfer fiel, begann Ellroy sich in seiner literarischen Auseinandersetzung vor allem für "Mörder" zu interessieren. *The Big Nowhere* ist der zweite Roman in Ellroys L.A.-Tetralogie und ihren vier Romanen über historische Verbrechen aus den Jahren 1947–60, nach *Big Dahlia* (1987) und vor *L.A. Confidential* (1990) und *White Jazz* (1992).

### **Nuprin**

Ein rezeptfreies, entzündungshemmendes US-amerikanisches Schmerzmittel mit dem Wirkstoff Ibuprofen.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **NutraSweet**

Ein künstlicher Süßstoff aus den USA, seit seiner Erfindung als Zuckerersatzstoff 1965 auch Aspartam genannt, der 1981 weltweit eingeführt wurde, obwohl Studien damals ein erhöhtes Gesundheitsrisiko aufgrund der enthaltenen Bestandteile erahnen ließen. Der Verdacht sollte in Folge ausgeräumt werden. 1985 wurde das Aspartam von der Firma Monsanto gekauft und seither als NutraSweet vermarktet. Aspartam besitzt als Zuckerersatzstoff nicht nur einen natürlichen Geschmack, sondern auch die 200-fache Süßkraft von Zucker mit nur 4 kcal und gilt dadurch als beliebter Nahrungsmittelzusatz.

## **O**

### **"O Come All Ye Faithful"**

Ein englisches Weihnachtslied von John F. Wade aus dem 18. Jahrhundert.

### **"O Tannenbaum"**

Ein deutsches Weihnachtslied, das auch in den USA als "O Christmas Tree" zu Weihnachten gesungen wird und zur amerikanischen Tradition wurde: Die Melodie ist in den vier Bundesstaaten Iowa, Maryland, Michigan und New Jersey als Hymne verewigt; so beginnt die Bundeshymne von Maryland mit "Maryland, O Maryland!".

### **Obsession**

Ein Damen- und Herrenparfüm von Calvin Klein mit einem Hauch von Orient und "Bernstein". Die Damenlinie wurde 1985 für Frauen kreiert und mit dem Slogan "who like sophisticated luxury and that find in their fragrance the magic of seduction" beworben; die Herrenlinie 1986 wiederum warb für Männer "who like culture and lost values and are in constant search of their interior peace" (Werbeslogan in den 1980ern).

Siehe *Calvin Klein* und *MODE in den 1980ern*

### **Odeon**

Ein in den 1980er-Jahren sehr frequentiertes New Yorker Restaurant, auch Brasserie, am 145 West-Broadway des Besitzers Keith McNally.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Oliver Peoples**

Eine exklusive US-amerikanische Brillenmarke aus Los Angeles, die ihren Anfang 1986 mit der gleichnamigen Geschäftsbenennung nahm und auf den Namen eines Optikers aus den 1930ern zurückgeht, der mit seiner Handarbeit für Qualität, Service und Einfallsreichtum stand. Das Geschäft und später der Großhandel erhoben die Brillenproduktion von da an zur Augenmode, die von der Kunst inspiriert ist.

Siehe *MODE in den 1980ern*



### **Olympic divers**

Ein zeitlicher und inhaltlicher Hinweis des Autors Bret Easton Ellis auf die vom 17. September bis 2. Oktober 1988 stattgefundenen XXVII. Olympischen Sommerspiele in Seoul, Südkorea, wo auch die olympische Disziplin des "Wasserspringens" praktiziert wurde. Bei diesen Olympischen Wettkämpfen verletzte sich der US-Amerikaner und Doppel-Olympiasieger im Turmspringen und im 3-Meter-Brettsprung von 1984 Greg Louganis (\* 1960) beim Sprung vom 3-Meter-Brett am Hinterkopf, gewann jedoch den Olympiatitel, was zur medialen Sensation wurde. Jahre später hatte Louganis sein Coming-Out als Homosexueller und gab zu, bereits 1988 von seiner HIV-Infektion gewusst zu haben und begann daraufhin AIDS-aufklärend zu wirken.

### **Oppenheimer**

Eine US-amerikanische Börsenmaklerfirma namens Oppenheimer & Co., die 1950 in New York City gegründet und im Bereich der Investmentfonds und der Untersuchung von Wertpapieren sowie in der Vermögensverwaltung führend wurde. 2003 wurde Oppenheimer durch den Kauf von Fahnestock & Co. Inc. zu Oppenheimer Holdings Inc. mit einem breit gefächerten Finanzberatungs- und Vermittlungsservice.

### **Orso**

Ein exklusives italienisches Restaurant am Broadway in New York, das wegen seiner Theaternähe sehr beliebt ist.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Oscar De La Renta**

Ein US-amerikanisches Modehaus, das seit 1965 für seine auffallenden Abend- und Cocktailkleider zumeist mit orientalischem bzw. Flamenco-Einschlag bekannt ist. Das Studium der Malerei in Spanien hatte den Exil-Dominikaner De La Renta (\* 1932, † 2014) zur Belle Époque und zur Moderne, zum Modedesign bei Cristóbal Balenciaga, dann nach Paris und in die USA geführt. Seine Kreationen stehen für Prunk und reiches Detail, das sich auch in seinen Accessoires, Brillen, Parfüms und Dessous findet. Siehe *MODE in den 1980ern*

## **P**

### **Pachachi, Reema**

Eine in London arbeitende serbische Schmuckdesignerin aus Belgrad, deren material- wie formmäßig einzigartige Markenreationen, in den 1980er-Jahren unter anderem aus Titan, auch von ethnischen Einflüssen geprägt sind.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Pachelbel's Canon**

Ein Kammermusikstück (um 1680) für drei Violinen und ein *basso continuo* des deutschen Barock-Komponisten, Cembalisten und Organisten Johann Pachelbel, das gerne zu Hochzeiten gespielt wird: Der Kanon in D-Major ist das bekannteste Werk des vielseitigen und produktiven Musikers, der zum Gebrauch des Keyboards in der protestantischen Kirchenmusik führen sollte. Das Stück "Pachelbel's Canon" wurde seither für fast jedes Instrument bzw. jede Orchesterzusammensetzung modifiziert und für Jazz bis New Age-Musik adaptiert.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Paco Rabanne**

Ein spanischer Modedesigner mit bürgerlichem Namen Francisco Rabaneda-Cuervo (\* 1934), der sich in seiner exzentrischen Haut-Couture seit 1964 dem Metall und der Kreation von voluminösen, einzigartigen Modellen mit einem Hauch von "Weltall" verschrieben hat. In den 1980er-Jahren konzentrierte sich Rabanne neben Metall auch auf die Materialien Feder und Papier. 1986 brachte der "Metallurgist" seinen ersten Duft "Sport" heraus, der ein neues Körperbewusstsein demonstrieren sollte: Ein strenger Duft im Kontrast zur Gleichförmigkeit der Außenwelt.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Padgham, Hugh**

Ein britischer Musikproduzent und Tontechniker (\* 1955), der seit seiner Erfindung des Gated-Reverb-Klangs beim Schlagzeug 1979 auch als einer der einflussreichsten Personen in seiner Branche weltweit gilt und dessen Zusammenarbeit von The Bee Gees, Peter Gabriel, Phil Collins und *Genesis* bis Brian Wilson reicht.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

**Pago Pago**

Ein Hafen an der Südostseite der Samoa-Insel Tutuila, Flottenstützpunkt und Verwaltungssitz des US-Territoriums Samoa mit einer Bevölkerung von über 3.000 Menschen.

**Palazzetti**

Eine US-amerikanische Marke des seit 1981 bestehenden gleichnamigen Unternehmens aus Greenwich (CT), das sein exklusives Möbeldesign in Italien herstellen lässt.

**Palio**

Ein mehrfach ausgezeichnetes, teures italienisches Restaurant im Equitable Building in Midwest/Manhattan in New York mit internationalen Gästen. 1986 führte dort der vom Besitzer Tony May eigens aus der Stadt Merano(o) im norditalienischen Südtirol geholte Küchenchef Andreas Hellrigl als Chefkoch namens "Andrea da Merano" die *alta cucina* (Haute Cuisine) Italiens ein – eine innovativ interpretierte wie leichte regionale und traditionelle Küche mit bäuerlichen Wurzeln in seiner Heimat Südtirol und mit kulinarischen Anleihen aus Österreich und der benachbarten Schweiz. Die Bar im Grundgeschoss ist von einer expressiven Wandmalerei des italienischen Künstlers aus Florenz Sandro Chia (\* 1946) geprägt, auf der der traditionelle "Palio", die auf Pferden ausgetragenen Stadtviertelkämpfe in Siena, dargestellt ist. Bateman erwähnt auch einen Aschenbecher und Streichhölzer – aus der Bar des Palio stammend – in seiner Wohnung. (AP 101, 305)

Siehe *Andrea da Merano* und *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**Palladium**

Ein ehemaliges Variété-Theater in New York, das 1985 von Steve Rubell und Ian Schrager mit Hightech und Popkunst zu einer In-Diskotheek an der 14<sup>th</sup> Street beim Union Square umfunktionierte wurde.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**Palm Beach**

Eine Stadt am Meer im US-Bundesstaat Florida, die bekannt für ihre mit Palmen geschmückten Boulevards und für ihr tropisches Klima ist. Der gepflegte Wohnort ist auch ein attraktives Urlaubsziel für vor allem US-amerikanische Gäste.

**Pan Am**

Eine der ältesten Fluglinien der USA, die 1927 als kleine Fluglinie namens Pan American Airways zwischen Kew West, Florida und Havana (Kuba) ihren Anfang nahm und daraufhin zur wichtigsten, international tätigen Fluggesellschaft der USA avancierte. Nach Jahren wirtschaftlicher Probleme in den 1980ern löste sich Pan Am 1991 als dritte Fluggesellschaft der USA nach Eastern Air Lines und Midway Air Lines auf. United Airlines und Delta Airlines übernahmen daraufhin dessen historische Strecke New York-Heathrow (GB).

Siehe *Eastern Air Lines*

**Panasonic Easa-Phone**

Ein Anrufbeantworter des 1918 gegründeten japanischen Elektro- und Elektronikunternehmens Panasonic.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

**Park Avenue**

Eine Straße in Manhattan, die einst die breiteste in New York war und welche als einzige einen Grünstreifen in der Mitte besitzt. Seit 1963 ist sie durch den Grand Central Terminal in zwei Abschnitte getrennt.

**Parliament**

Eine Zigarettenmarke des 1854 in London, England, gegründeten Philip Morris-Unternehmens mit Sitz in den USA, einem der größten Hersteller von Tabakwaren weltweit.

Siehe *Marlboro* und *Merit*

### **Parnate**

Ein verschreibungspflichtiges Antidepressivum aus den USA.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **“Party All the Time”**

Ein Tanzhit (1985) des US-amerikanischen Schauspielers und Sängers Eddie Murphy (\* 1961) aus dem von Rick James geschriebenen und produzierten R&B-Album *How Could It Be*.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Pastels Club**

Ein legendärer Nachtclub in Bay Ridge, Brooklyn, New York City, der 1997 seine Tore schloss.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Patiky Stein, Frances**

Eine US-amerikanische Modeautorin, die nach Jahren bei *Glamour* und *Vogue* und ihrem Wechsel zu Chanel mit ihrem Buch *Hot Tips: 1000 Fashion & Beauty Tricks* (1981) und dem Zitat “Never buy shoes early in the day when your feet are their smallest” als Mode-Instanz berühmt wurde und später selbst für Accessoires verantwortlich zeichnet.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Paul Sebastian**

Eine US-amerikanische Parfüm- und Kosmetikmarke, welche 1979 von Leonard Paul Cuozzo und Alan Sebastian Greco kreiert wurde.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Paul Smith**

Ein englischer Maßschneider und Modeschöpfer (\* 1946), der für unkonventionelles Design, Farbenpracht, Erfindungsgeist und Qualitätsmaterialien steht und die Gratwanderung zwischen Witz und Ernsthaftigkeit sowie Exzentrik und Tragbarkeit schafft. Seinen Durchbruch hatte Smith mit einem mit der britischen Flagge bedruckten Taschentuch und Modemessen ab Mitte der 1970er-Jahre und mit seiner ersten Boutique in Nottingham 1979, die den Verkaufsraum erstmals auch zum Lebensmittelpunkt für Menschen, die sich im selben Stil wiedererkannten, erweiterte. Heute zeichnet Smith in seinen Geschäften alles, von Mode bis zu witzigen Geschenkartikeln.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Paul Stuart**

Eine US-amerikanische Marke für exklusive, maßgeschneiderte klassische Herren- und Damenmode, die ausschließlich in den gleichnamigen Geschäften erhältlich ist. Nach den Anfängen in New York und Chicago wurde Paul Stuart bereits 1975 auf dem japanischen Markt eingeführt und gilt dort als eine der erfolgreichsten US-Marken.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Peace of Assisi**

Eine Anspielung Bret Easton Elliss’ auf den im Oktober 1986 von Papst Paul II initiierten ökumenischen Gebetstag für den Frieden in der Welt mit Vertretern der Weltreligionen in der italienischen Geburtsstadt des Hl. Franziskus, Assisi, in Umbrien. 1989 fand dieser Gebetstag in Jerusalem statt, wo BürgerInnen Israels, PalästinenserInnen und EuropäerInnen eine einzigartige Menschenkette entlang der Mauern von Jerusalem formten, um den Frieden von Assisi gemeinsam zu begehen. Ellis spielt auf die damals “fragile”, in den 1990er-Jahren dann eskalierte Situation zwischen Israel und Palästina an.

### **Pearl Bailey**

Eine afroamerikanische Sängerin und Schauspielerin (\* 1918, † 1990) aus Newport News im Bundesstaat Virginia, die als Entertainerin für US-Truppen im Ausland auch zur UN-Botschafterin ernannt wurde und für ihren Charme und ihr komödiantisches Talent 1968 den begehrten Tony Award erhielt. Nach ihrem Rückzug aus dem Showbusiness schloss Bailey ihr Universitätsstudium der Theologie an der Georgetown University ab und erhielt 1988 die größte US-amerikanische Auszeichnung, die Presidential Medal of Freedom.

**Pepsi-Cola**

Ein koffeinhaltiges Erfrischungsgetränk der US-Firma PepsiCo, Inc., die bereits 1964 eine Null-Kalorien-Version dieses Getränks auf den Markt gebracht hatte und damit so erfolgreich war, dass mit der boomenden Gesundheitsindustrie in den 1980ern auch das Konkurrenzunternehmen Coca-Cola eine Light-Version zu produzieren begann.

**Perrier**

Eine sehr hochpreisige französische Mineralwasser-Marke, die als erste den US-Markt eroberte und in den 1980er-Jahren als der "Champagner" unter den Mineralwassern vermarktet wurde.

**Perrier-Jouët**

Ein französisches Top-Champagnerhaus seit 1811, das jahrgangslose (*nonvintage*) Bruts herstellt und für seine Jahrgangs(*vintage*)-Cuvée Belle Époque bekannt ist; für Erstere ist eine Mindestreife der Champagnerflaschen von 15 Monaten vorgesehen, für die *vintage*-Version mindestens drei Jahre, was sich auch im Preis niederschlägt. Die Cuvée Belle Époque wurde in den USA als "Fleur de Champagne" bezeichnet und gilt bis heute als eine der besten Champagnercuvées. Das Trinken von Champagner erfuhr einen enormen Boom in den 1980er-Jahren, vor allem aber erlebte das VIP-Getränk eine Demokratisierung seither.

**Perry, Richard**

Ein MBA-Abgänger der renommierten Stern School of Business der New York University 1980 und US-Investor sowie Manager von Privatvermögen seit der Gründung seiner Firma Perry Corp. 1988. Perry ist Demokrat und gehört zur New Yorker High Society.

**Perry Ellis**

Ein US-amerikanischer Modeschöpfer (\* 1940, † 1986), dessen Kreationen Tradition und Jugendlichkeit vereinten. Ellis gilt als eines der ersten (berühmten) AIDS-Opfer.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Persian lamb**

Auch als Karakul oder Fettschwanzschaf des ursprünglichen Westturkestans bekannt, zählt es zu den wichtigsten Pelzschafzrassen (Persianer) in Nordafrika, auf der arabischen Halbinsel und in der Türkei.

**Persol**

Eine italienische Brillen-Marke, die vom Optikerunternehmen Ratti aus Turin geschaffen wurde und heute zur Luxottica Group gehört. Die Marke wurde durch die flexibel gestalteten Brillenbügel aus Acetat und das 649-Brillenmodell mit den gekreuzten Scharnieren, welches von Tom Cruise in *Cocktail* und von Jack Nicholson in *Blood & Wine* getragen wurde, berühmt. Persols Charakteristikum sind seine fotochromatischen und polarisierten, nicht reflektierenden Linsen aus purem Silikonkristall sowie das vielfältige Design in Tränen- oder Tropfenform, als Rechteck oder Oval.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Petaluma**

Ein italienisches Restaurant an der New Yorker Upper East Side, in der Nähe der Sotheby-Galerie, seit 1985.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**Peterson, Donald E.**

Ein US-amerikanischer Geschäftsmann (\* 1926), der 40 Jahre für den Autohersteller Ford tätig war und in seiner späteren Funktion als Präsident 1980 und als Vorstandsvorsitzender der Ford Motor Company von 1985 bis zu seiner Pensionierung 1990 maßgeblich an der Einführung eines teamorientierten Managements beteiligt war. 1989 wurde Peterson vom renommierten US-Wirtschaftsmagazin *Chief Executive* als "CEO of the Year" ausgezeichnet.

Siehe *AUTO in den 1980ern*

**Peyote**

Ein dornenloser Kaktus, der das Alkaloid und Rauschmittel Meskalin enthält und in Mexiko und im Südwesten von Texas, USA, heimisch ist.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Philippines, The**

Ein Staat aus über 7.000 Inseln mit reger Vulkantätigkeit. 1946 wurden die Philippinen nach spanischer, US-amerikanischer und japanischer Besetzung mit einer Verfassung nach US-amerikanischem Vorbild unabhängig. Nach dem Sturz F. Marcos, der seit 1965 korrupt und diktatorisch herrschte, durch eine oppositionelle Bewegung 1986 und einer darauffolgenden Übergangsregierung gab es 1987 eine Volksabstimmung über eine neue präsidentielle Verfassung. Die Philippinen sind seit ihren Ursprüngen sehr stark von den Einflüssen der europäischen Kolonialmächte bestimmt und insbesondere vom 'American Way of Life' geprägt worden.

### **Phoenix**

Hauptstadt des US-Bundesstaates Arizona.

### **Picasso, Paloma**

Eine spanisch-französische Designerin (\* 1949), Tochter von Pablo Picasso, die sich auf ausgefallenes, oftmals von der Natur inspiriertes Schmuckdesign mit (Edel-)Steinen spezialisiert hat und seit 1980 u. a. in Zusammenarbeit mit Tiffany ihre eigenen Kollektionen kreiert, aber auch ein gleichnamiges eigenes Parfüm und einen Lippenstift sowie verschiedene Accessoires und eine Taschenlinie signiert.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Pickens, T. Boone Jr.**

Ein US-amerikanischer Geschäftsmann und Finanzier (\* 1928, † 2019), dessen Mesa Petroleum Company als größtes unabhängiges Öl- und Benzinunternehmen der USA gilt. In den 1980er-Jahren schockte Pickens mit einer Serie von feindlichen Übernahmen und einer unpopulären Strenge bzw. mit ungewöhnlichen Methoden bei der Restrukturierung seiner Unternehmen, worauf ihm das *Fortune Magazine* den Titel des "most hated man in America" verlieh. Pickens Art, ein Unternehmen "schlank" zu machen, sollte "neue" Maßstäbe in der Unternehmensführung setzen.

### **Pierce, Samuel R. Jr.**

Ein US-amerikanischer Rechtsanwalt, Richter und starker Verfechter der Bürgerrechte sowie republikanischer Politiker (\* 1922, † 2000). Als Secretary of Housing and Urban Development (HUD) unter Ronald Reagan (1981–89) war Pierce der einzige Afroamerikaner in dieser Position und als Einziger in beiden Regierungskabinetten von Ronald Reagan vertreten. Nach seiner Amtszeit wurde gegen Pierce im gleichnamigen HUD-Skandal – wo Regierungsbeamte angeklagt und verurteilt wurden, weil sie Immobilienmakler bestochen hatten, ihnen HUD-Mietverträge für ihre reiche Klientel zuzuschancen – zwar ermittelt, er wurde jedoch nicht angeklagt.<sup>1375</sup>

### **Pierce & Pierce**

Ein fiktives New Yorker Finanzunternehmen. Diese Wall Street-Firma ist eine direkte und ironische Anspielung auf den US-amerikanischen Schriftsteller Tom Wolfe (\* 1930, † 2018) und seinen "blockbuster"-Roman *The Bonfire of the Vanities* (1987). Wolfe, der in den 1960er-Jahren den *New Journalism* mitgetragen und den Ausdruck *The Me Decade* als Schlagwort für die 1970er geprägt hat, erregte 1989 mit dem Essay "Stalking the Billion-Footed Beast" im *Harper's Magazine* großes mediales Aufsehen. In diesem "literary manifesto for the new social novel" hatte Wolfe viele bedeutende amerikanische Autorinnen und Autoren, die nicht in der – laut Wolfes einzig wahren – realistischen Erzähltradition (wie dem *New Journalism* oder in einem anderen, nicht fiktionalen Stil) schrieben, des Verrats an der amerikanischen Fiktion bezichtigt. Er selbst lieferte mit *The Bonfire of the Vanities* einen kontroversen, "realistischen" Bildungsroman, der das Wall Street-New York der 1980er-Jahre zwar karikierte, wobei dem Autor selbst jedoch eine starke Faszination für die Exzesse der Reagan-Administration nicht abgesprochen werden kann. Ellis spielt in *American Psycho* auf Tom Wolfes *The Bonfire of the Vanities* und den Immobilienmakler-Protagonisten Sherman McCoy, der in *AP* an anderer Stelle als McCloy verwechselt wird (*AP* 49), an, benutzt dieselbe Investitionsfirma Pierce & Pierce (*AP* 3: Bateman und McCoy müssten "theoretisch" Kollegen sein) und zitiert Wolfes Gesellschaftsroman auch formal: "[...] my rabbit has been cut to look... just... like... a... star!" (*AP* 123)  
Siehe *McCoy, Sherman*

<sup>1375</sup>

Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 147 und vgl. Gordon and Gordon, 567 ff.

### **Pierre, The**

Ein New Yorker De-Luxe-Hotelpalast mit einer 60-jährigen Geschichte und Sitz an der Upper East Side. Das traditionsreiche Hotel mit europäischer Eleganz ist Teil der Four Seasons-Hotelkette und beherbergt das klassisch französische Caf restaurant Pierre sowie die Cocktailbar The Rotunda.  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Pierre Cardin**

Eine französische Modemarke nach dem gleichnamigen Begründer mit italienischen Wurzeln (\* 1922, † 2020). Vom Theater inspiriert,  r ffnete Cardin zunächst eine Theaterschneiderei, die 1970 dann ihre Fortsetzung mit der Erfüllung seines Traums, der Gründung des Espace Cardin, eines Avantgarde-Theaters, wo junge SchauspielerInnen gefördert wurden, fand. Ausgangspunkt von Cardins Haute Couture-Kreationen wurde Faubourg Saint Honoré, das Quartier, das ihm Jahre später durch den Ankauf von Geschäften, Ausstellungsräumen und Apartments fast zur Gänze gehören sollte. Seine Modeschauen mit über 200 Mannequins erinnerten seit ihren Anfängen in den 1950er-Jahren immer wieder an ein Gro spektakel, bei welchem stilistische Eleganz und Klarheit mit Kitsch und Avantgarde kombiniert wurden. Der enge Rock mit dem Schlitz, der Minirock sowie Mondanz ge oder Plastikohrringe belegen Cardins modischen Weitblick. Er bezeichnete sich als “erster Modesozialist der Welt”, schaffte mit seiner strukturlosen Blazerjacke – “d vertebr e” – auch den Durchbruch in den USA und wurde mit seiner feinen und bestimmten Art zu einer weltweit gesch tzten Persönlichkeit, die sich selbst ein Imperium schaffte, um darin für seine Arbeit zu leben.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **PiK**

Eine Abkürzung für englisch “Payment-in-kind” (PIK)<sup>1376</sup>, eine Zahlung, die nicht mit Bargeld, sondern mit einer Sachleistung erbracht wird und in den 1980er-Jahren sehr populär wurde.

### **Pilsner Urquell**

Ein Bier aus der gleichnamigen Stadt Pilsen in Tschechien, das 1842 als erstes Pils erfunden und daraufhin zum Synonym für ein “sehr hopfenhaltiges, untergäriges Bier” wurde.

### **Pine Manor College**

Ein renommiertes, privates US-College in Chestnut Hill (MA). Bei seiner Gründung 1911 zunächst nur als zweiter Bildungsweg für die Dana Hall School in Wellesley anerkannt, erhielt das PMC 1930 seine Anerkennung als unabhängiges Frauen-College.<sup>1377</sup>

### **Pioneer**

Ein 1918 gegründetes japanisches Elektro- und Elektronikunternehmen.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Platoon**

Ein auf die eigenen Vietnam-Erfahrungen stützender Kriegsfilm (1986) des US-amerikanischen Regisseurs Oliver Stone. Der Film zeigt bis dahin unbekannte Auswüchse einer Milit reinheit in Vietnam und die Perversionen des Vietnamkriegs aus der Sicht eines jungen amerikanischen Rekruten. *Platoon*, der auf den Philippinen gedreht wurde, gewann vier Academy Awards und machte Oliver Stone über Nacht berühmt. Dieser Film stellt auch den Beginn von Stones Trilogie über den Vietnamkrieg mit *Born on the Fourth of July* (1989) und *Heaven & Earth* (1993) dar. Ellis spielt mit der Bemerkung Batemans in einem Gespräch hierauf an: “Vietnam movie in Philadelphia [...] No. The Philippines [...] It wasn’t in Philadelphia [...] I think it came out ... last year” (*AP* 205) an. Die Bemerkung bietet zudem wiederum eine Zeitangabe im Roman.

### **Plax**

Eine US-Marke für Mund- und Zahnpflegeprodukte von Colgate-Palmolive.

### **Playboy**

Ein 1953 vom Verleger Hugh Hefner (\* 1926, † 2017) auf den US-Markt gebrachtes Hochglanzmagazin, das “Entertainment for Men” versprach und mit seinem Bunny (H schen)-Signet zum Vorbild für alle weiteren Zeitschriften dieser Art wurde. Das Unterhaltungsmagazin für Männer, zumeist urbane Leser, folgte auch in anderssprachigen Ländern immer demselben Schema: erotische Fotos mit mehr oder

<sup>1376</sup> Information über das National Institute for the Environment, Washington, D.C., USA.

<sup>1377</sup> “PMC Home,” *Pine Manor College*, [www.pmc.edu](http://www.pmc.edu).

weniger bekleideten Frauen, ein aufklappbares nacktes "Playmate des Monats"-Bild in der Mitte des Heftes und verschiedene Artikel. Nach dem Erscheinen des Magazins gründete Hefner Playboy-Clubbars in verschiedenen Großstädten, in denen als Häschen kostümierte Kellnerinnen in aufreizendem Kostüm Getränke servierten. Der *Playboy* – der von Anfang an die Gratwanderung zwischen Erotik und Pornografie gehen sollte – galt bald als gesellschaftsfähiges Unterhaltungsmagazin.  
Siehe *MASSENMEDIEN in den 1980ern*

### **Plaza Athénée, Hotel**

Ein kleines, exklusives New Yorker Hotel mit europäischem Flair – bekannt für seinen Service – in der Nähe von Madison Avenue und Central Park.

### **Poinsettia**

Eine beliebte Zimmerpflanze mit Ursprung in Mittelamerika. Sie stammt aus der Familie der Wolfsmilchgewächse, deren weiße, rosa oder rote Hochblätter sich über Weihnachten verfärben (blühen) und daher auch "Weihnachtsstern" genannt werden.

### **Poland Springs**

Eine Mineralwassermarke aus Maine, USA.

### **Polo**

Eine Untermarke des US-amerikanischen Modelabels Ralph Lauren.  
Siehe *Ralph Lauren*

### **Ponti, Gio**

Ein italienischer Architekt (\* 1891, † 1979) der frühen Moderne, der von Mailand aus weltweit Einfluss auf Architektur, Design und Kunstverlage hatte.

### **Pooncakes**

Ein umgangssprachliches vulgäres Wortspiel auf "pancake" und "pussy" als Namen für einen fiktionalen Nachtclub in *American Psycho*.

### **Pop, Iggy**

Eine US-amerikanische Ikone des Punks (\* 1947), im Rückblick auch die einflussreichste auf alle nachfolgenden Punkbands, die sich immer wieder Elemente von Iggy Pops Band The Stooges aus den späten 1960er- und frühen 1970er-Jahren geborgt haben. Als James Newell Osterberg Jr. geboren, war Iggy früh vom Rock 'n' Roll und von monotonen mechanischen Geräuschen wie dem Surren des elektrischen Rasierers seines Vaters fasziniert. Nach seiner ersten Band The Iguanas Anfang der 1960er-Jahre entdeckte Osterberg den Blues mit den Prime Movers und suchte sich – inspiriert von Lou Reeds Gruppe Velvet Underground und Jim Morrisons The Doors – seine eigene Rockband, die ursprünglich und sexuell beladen, im Rhythmus monoton und aggressiv sein musste: 1967 formte er mit Ron und Scott Asheton sowie Dave Alexander die Psychedelic Stooges, die auch leere Ölfässer in ihre Musikhymnen einbauten und sofort lokales Ansehen genossen. Osterberg veränderte seinen Namen zu Iggy Pop, die Band wurde zu The Stooges. Mit dem neuen Namen wurde Iggy Pop zum bühnenbesessenen Interpreten seiner Songs, der bis heute die direkte Konfrontation mit seinen weiblichen und männlichen Fans sucht. *The Stooges* (1969) und *Funhouse* (1970) bei Elektra Records markieren bis heute den offiziellen Beginn des Punkrocks. Wegen Drogenproblemen in der Anfangszeit wurde der Plattenvertrag aufgelöst; in der Folge löste sich auch die Band auf. David Bowie, ein Fan von Iggy Pop, überredete Pop zu einer neuen Bandaufgabe. Pop zog mit Iggy and The Stooges und einem Vertrag mit Columbia nach England, weiter nach Los Angeles, wo er weiterhin versuchte, von seiner Drogensucht loszukommen. David Bowie erwies sich als alter Freund und beide zogen 1976 nach Berlin, wo Iggy Pop erstmals als Solokünstler einen Vertrag mit Virgin erhielt; Bowies Interesse galt dem elektronischen Rock. Iggy Pops Plattenalleingänge *The Idiot* und *Lust for Life* 1977 wurden von Bowie mitgeschrieben und produziert und hatten wegen der aufkeimenden Punkrockbewegung in Großbritannien Erfolg. Nach seinem Live-Album *T.V. Eye Live* (Bowie war der Keyboarder) trennte sich Pop von Bowie, unterschrieb bei Arista und setzte seine Solokarriere fort – mit James Williamson von Iggy and The Stooges für *New Values* (1979), einem Album, das Pops missglückten Versuch sich als New Waver neu zu interpretieren, zeigt. Dem folgten *Soldier* (1980), *Party* (1981) und *Zombie Birdhouse* (1982), die nur bei eingeschweißten Fans Erfolg hatten. Pops Autobiografie *I Need More* über seine Anfänge und Exzesse erscheint. Er wird wieder drogensüchtig und zieht sich bis 1986 zurück. In der Zwischenzeit bringt Bowie ein Remake des Pop/Bowie Songs "China Girl" mit großem Erfolg heraus; es

war ein Stück von Pops *The Idiot*-Platte. Iggy unterzeichnet mit A&M und veröffentlicht das Bowie-produzierte Album *Blah Blah Blah* mit seiner ersten US Hit-Single. Pop versuchte sich 1988 in Hardrock und Heavy Metal weiter, sollte aber erst wieder in den 1990er-Jahren seine musikalische Stärke erreichen. Trotz zahlreicher Höhen und Tiefen gilt Iggy Pop als Solokünstler, der sich im Alleingang immer wieder neu erfindet und enorm einflussreich ist.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **PORNOGRAFIE in den 1980er-Jahren: Hardcore wird massentauglich**

Unter Pornographie ist eine Darstellung zu verstehen, die unter Ausklammerung sonstiger menschlicher Bezüge sexuelle Vorgänge in grob aufdringlicher Weise in den Vordergrund rückt und die in ihrer Gesamtanzahl ausschließlich oder überwiegend auf sexuelle Stimulation angelegt ist, sowie dabei die im Einklang mit allgemeinen gesellschaftlichen Wertevorstellungen gezogenen Grenzen eindeutig überschreitet. [...] Wesentlich ist inhaltlich die Verabsolutierung sexuellen Lustgewinns und die Reduzierung auf eine apersonale Sexualität sowie die Degradierung des Menschen zum bloßen auswechselbaren Objekt und formal die überdeutliche und detaillierte Darstellung sexueller Vorgänge und deren aufdringliche und unverfremdete Vermittlung.<sup>1378</sup>

Die Entwicklung der Pornografie von Soft- zu Hardcore-Pornofilmen hatte nach ihren europäischen Vorläufern Anfang der 1970er-Jahre auch ihren Durchbruch in der US-amerikanischen Populärkultur; eine erste, nationale Auseinandersetzung mit dem Phänomen der Pornofilme führte 1973 jedoch zu ihrer sofortigen Verurteilung durch das Höchstgericht der USA.<sup>1379</sup> Um pornografische Hardcorefilme zu konsumieren, musste "man" in eigene *adult*-Kinos gehen und wurde dabei auch in der Öffentlichkeit gesehen. Mit Verboten und lokalen Zensurbestrebungen von pornografischem Material wie Filmen in den 1970ern wurde nicht nur eine breite Auseinandersetzung mit diesem gesellschaftsrelevanten Thema unterbunden, sondern dieser bis dahin öffentlich kontrollierbare Lebensbereich mehr und mehr in den unkontrollierbaren Untergrund verschoben. Mit der Popularisierung des Videos Ende der 1970er-Jahre waren Pornofilme plötzlich breit erhältlich: "By the 1980s most of the X-rated film business was in videocassettes."<sup>1380</sup> Hardcore – harte Schnitte und direktes Licht sowie Nahaufnahmen (Close-ups) von Geschlechtsverkehr und den Geschlechtsorganen – konnte nun privat und heimlich konsumiert werden. Der Konsum von Pornovideos begann rapide zuzunehmen: Zum einen herrschte eine große Angst vor AIDS ("It's safer to be a voyeur with your mate than swinging"<sup>1381</sup>), zum anderen gab es die Lust, in monogamen Beziehungen neue Formen der Sexualität auszuprobieren oder auch eigene Perversionen auszuleben. Das Pornovideo war sicher und befriedigte mit seiner Auswahl den individuellen Geschmack. Ein weiterer Grund für das zunehmende Interesse an Pornovideos lag auch an den Kabelkanälen im Fernsehen, mit denen flexibler und publikumsspezifischer in Richtung größter gemeinsamer Nenner von *love, sex and violence* produziert wurde. Die Folge waren niedrigere Sendestandards, aber auch eine langfristige "Sexualisierung" aller öffentlichen Bereiche, die von einer breiten Ausschlichtung der Privatsphäre durch Talkshows, *tabloid*-Shows etc. mitgetragen wurde. Als Auswuchs der Pornoindustrie sollte sich zeitgleich auch der Mythos von der Existenz realer Snuff-Filme weitertradiieren und zusammen mit den sogenannten Sexploitation- oder Splatterfilmen über das Kabelfernsehen zu einer zunehmenden Sexualisierung des Alltags beitragen. Mit der sich auch in diesem Bereich durchsetzenden Markt-Ideologie begann sich mit dem Zuschnitt auf unterschiedliche Zielgruppen auch die Art und Vielfalt der Pornovideos zu verändern:

A development of the last four years is the tape that caters to women. They have more fully realized stories and characters and less explicit sex than typical tapes. [...] The latest trend in adult videotapes is the amateur production, perhaps reflecting the popularity of the television show 'America's Funniest Home Videos.'<sup>1382</sup>

Das von Bateman konsumierte pornografische Material und dessen tödliche Umsetzung hat Ellis den Pornoprodukten der 1980er entnommen: Neben *She-Male Reformatory* listet Bateman weitere, in jede x-beliebige *adult section* passende, austauschbare Pornofilmittel wie *Inside Lydia's Ass*, *Ginger's Cunt*, *Pamela's Tight Fuckhole*, ... auf. 1984 verzeichnete die Pornoindustrie in den USA 8 Mrd. US-Dollar an

<sup>1378</sup> Der strafrechtliche Pornografiebegriff nach dem deutschen § 184 Abs. 1 StGB nach einem Urteil des Bundesgerichtshofs von 1967. Diese Definition im Rahmen des deutschen Rundfunkgesetzes gibt ein Grundschemata zur Beurteilung von Pornografie. Es gibt jedoch weder in Deutschland noch in den USA eine einheitliche gesetzliche Definition für Pornografie, sondern nur eine gesellschaftspolitische Auslegung; der Begriff der Pornografie unterliegt daher auch dem gesellschaftlichen Wandel.

<sup>1379</sup> Für eine differenzierte theoretische Auseinandersetzung mit dem komplexen Thema "Pornografie" möchte ich auf das Buch von Carol Wekesser, *Pornography: Opposing Viewpoints* (San Diego: Greenhaven, 1997) verweisen.

<sup>1380</sup> Brucoli and Layman, *AD 70s*, 60.

<sup>1381</sup> Nick Ravo, "A Fact of Life: Sex-Video Rentals," *The New York Times* 16 May 1990: C8.

<sup>1382</sup> Ebda.



Einnahmen und erzielte damit mehr Umsatz als die Musik- und Filmindustrie zusammen.<sup>1383</sup> Sechs der zehn gewinnträchtigsten Monatszeitschriften waren dabei männliche Unterhaltungsmagazine, wobei der gemeinsame Vertrieb von *Playboy* und *Penthouse* 1984 größer als jener der Nachrichtenmagazine *Time* und *Newsweek* zusammen war.<sup>1384</sup> Als Ausdruck eines verbreiteten gesellschaftlichen Konservatismus sowie auf Drängen der Neuen Christlichen Rechten setzte Reagan im Mai 1985 eine Kommission ein, die sich mit dem "Problem" Pornografie auseinandersetzen sollte.<sup>1385</sup> Es galt, neue Wege bei der Bekämpfung und Kontrolle von Pornografie zu finden. Diese Themenstellung wie auch die Zusammensetzung der Kommission belegten von Anfang an jedoch die Subjektivität des Unterfangens selbst. Zum einen widersprach die Annahme eines "Problems" den Ergebnissen des ersten Berichtes der *President's Commission on Obscenity and Pornography* von 1970, der festgestellt hatte: "[there is] no evidence that exposure to or use of explicit sexual material plays a significant role in the causation of social or individual harms such as crime, delinquency, sexual or nonsexual deviances or severe emotional disturbances."<sup>1386</sup> Zum anderen hatten sich sieben der elf Mitglieder dieser zweiten Kommission vor der Untersuchung bereits gegen Pornografie ausgesprochen. Die Kommission stützte sich in Folge zwar auf Vorschläge von Pornografie-Gegnerinnen, ignorierte jedoch deren gleichzeitige Forderung nach mehr sexueller Aufklärung völlig. Nach der Untersuchung von 2.375 Zeitschriften, 725 Büchern und 2.370 Filmen kam die Kommission zum Schluss, dass Pornografie zu Gewalt gegen Frauen und Kinder führe und Frauen "erniedrige".<sup>1387</sup> Mit der Veröffentlichung des zweibändigen, 1.960 Seiten langen Berichts der "Commission on Pornography" unter der Leitung des U.S. Attorney General Edwin Meese (1985-88) am 9. Juli 1986 wurden neue Grundprämissen festgelegt: Neben der Aufforderung, bestehende Obszönitätsgesetze strikter einzuhalten, wurde der Begriff "Obszönität" selbst rigoroser definiert, um mehr Formen von Pornografie strafrechtlich verfolgen zu können. Während der Bericht von der konservativen Seite Amerikas als "step towards restoring [...] the lost moral tenor of American life"<sup>1388</sup> begrüßt wurde, verurteilten ihn liberale Kräfte, hierbei insbesondere jene im Verlagswesen, als Versuch, das First Amendment zu unterminieren. Heftig kritisiert wurden vor allem die mangelnden wissenschaftlichen Ergebnisse, auf denen der Bericht fußte.<sup>1389</sup> In der Folge jedoch begann eine breite Zensur von Zeitschriften und anderen Verlagsprodukten, wobei parallel lokale Initiativen bei der Bekämpfung von "obszönem" Material durch diesen Bericht legitimiert wurden: "While conservatives did make some progress in limiting pornography during the late 1980s, America had come too far in its notions of sexual expression to revert to the attitudes of the 1950s."<sup>1390</sup> Damit kann der Meese-Bericht als Beitrag zu einer Verschärfung des Kulturklimas und Legitimierung eines Kulturkrieges Ende der 1980er-Jahre gesehen werden, ohne sich mit den Auswüchsen einer etablierten *Pornoindustrie* auseinanderzusetzen.

Siehe *AIDS und Homophobie; SEX and VIOLENCE in den 1980ern; Snuff-Film und TALKSHOW in den 1980ern*

<sup>1383</sup> Vgl. Catherine Itzin, ed., *Pornography: Women, Violence & Civil Liberties* (Oxford: Oxford UP, 1992) 27. Gemäß der Feministin Itzin forcieren und tradiere Pornografie Sexismus, sexuelle Diskriminierung und sexuelle Gewalt gegen Frauen und würde damit die Ungleichheit von Mann und Frau verstärken. Nur das Abschaffen von Pornografie würde zu einer echten Ebenbürtigkeit von Mann und Frau führen (70).

<sup>1384</sup> Ebda.

<sup>1385</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 405 f.

<sup>1386</sup> Commission on Obscenity and Pornography, ed., *Report of the Commission on Obscenity and Pornography* (Washington D. C.: U.S. Government Printing Office, 1970) 52.

<sup>1387</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 406. Vgl. auch Attorney General's Commission on Pornography, ed., *Attorney General's Commission on Pornography: Final Report* (Washington D. C.: U.S. Department of Justice, 1986) 40 ff.

<sup>1388</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 405.

<sup>1389</sup> Ebda., 406. Siehe auch Susan Gubar and Joan Hoff, eds., *For Adult Users Only. Everywoman: Studies in History, Literature, and Culture* (Bloomington: Indiana UP, 1989). Die Herausgeberinnen und Mitautorinnen stellten das "Dilemma of violent pornography" in den Mittelpunkt ihrer Essaysammlung. Darin geht es grundsätzlich darum, den Versuch zu definieren, was Pornografie ist und in welchem Verhältnis Pornografie zur Gewalt gegen Frauen steht. Der erste Teil des Buches liefert eine geschichtliche Perspektive über die polarisierende Wirkung von Pornografie in der gegenwärtigen Gesellschaft; der zweite Teil des Buches setzt sich mit gegenwärtigen Fragestellungen (z. B. eine Darstellung der Pornografie aus feministischer Sicht, ihre gesetzlichen Grundlagen ...) auseinander, die die Komplexität des Themas zeigen.

<sup>1390</sup> Ebda., 406. Vgl. hierzu auch Barbara Ehrenreichs einsichtsvollen und ironischen Kommentar bzgl. Ziel, Zweck und Arbeitsweise der Meese-Kommission in ihrem Essay "Our Neighborhood Porn Committee", erschienen in *The Worst Years of Our Lives: Irreverent Notes from a Decade of Greed* (New York: Pantheon, 1986): 56-59.

**Porsche**

Eine jugendliche Sportwagenmarke aus Deutschland seit 1948. Die 911-Serie mit ihrem Anfang als Sicherheitscabriolet 1965 hatte in den 1980er-Jahren einen Relaunch und wurde innerhalb weniger Jahre einige Male modifiziert.

Siehe *AUTO in den 1980ern*

**Port**

Ein aufgespritzter (Likör)Wein aus Portugal mit 19–22 % vol. Alkohol, benannt nach der Stadt Porto im Stromgebiet des Duoro. Bekannte Portwein-Produktionsunternehmen sind Calem, Niepoort, Sandeman und einige Familienbetriebe.

**Post**

Siehe *New York Post* und *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

**Pottery Barn**

Eine US-amerikanische Geschäftskette nach einem 1949 gegründeten Einzelhandelsgeschäft in New York für Haushaltswaren, Porzellan- und Glasschalen sowie für exklusives Einrichtungsdekor.

Siehe *SHOPPING*

**Pouille Fuissé**

Ein französischer Weißwein aus dem Burgund, hergestellt aus der klassischen Burgundersorte Chardonnay.

**Pour Homme**

Ein Männerparfüm des französischen Modeschöpfers Yves Saint-Laurent (\* 1936, † 2008), für das der Designer selbst 1971 nackt posierte. Später wurden ganze Kosmetiklinien für Herren mit dem elegant klingenden Zusatz "Pour Homme" versehen.

Siehe *Yves Saint-Laurent Rive Gauche*

**POV**

Eine Abkürzung für englisch "Point of View", einen Standpunkt bzw. eine Sichtweise.

**Powell, Clive**

a) Ein US-amerikanischer Schauspieler, der als Kind die Hauptrolle im Schwarz-Weiß-Horrorfilm *Children of the Damned* (GB, 1964) – ein Klassiker in der politischen Auseinandersetzung mit Außerirdischen – spielte.

b) Ein britischer Blues- und Jazzsänger mit dem Künstlernamen George Fame, der 1943 als Clive Powell geboren wurde und in den 1960er-Jahren drei Top-10-Hits in den UK-Charts hatte, unter anderem 1967 mit "The Ballad of Bonnie and Clyde". Das Leben des berühmten Gangsterpaares in den 1920er- und 1930er-Jahren Bonnie und Clyde war auch 1967, kurz vor dem Song, in einem umstrittenen wie erfolgreichen Film *Bonnie and Clyde* verfilmt worden.

Beide Hinweise können als ein Kommentar des Autors Bret Easton Ellis auf die 1980er-Jahre und die Yuppie-Generation sowie auf die Tradierung von Gewalt über Populärkulturtexte gewertet werden.

**PR**

Eine Abkürzung für englisch "Public Relations"; es ist der Marketingbegriff für gezielte Kommunikation mit der Öffentlichkeit.

**Prada**

Ein italienisches Modeimperium im Bereich der Luxusgüter, das 1913 von Mario Prada begründet wurde und zeitlose Mode mit konzeptuellem Minimalismus schafft.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Prechter, Robert**

Ein US-amerikanischer Börsenguru der 1980er-Jahre (\* 1949). In einer Passage erwähnt Bateman, dass er mit Robert Farrell und Robert Prechter in der Bar Palio Drinks hatte (AP 305). Beide Namen weisen auf reale Personen aus den 1980ern hin: Während des Börsenbooms Mitte der 1980er-Jahre war Robert R. Prechter als "Guru" in Erscheinung getreten. In seinem 'Elliot Wave Newsletter'<sup>1391</sup> und in seinen

<sup>1391</sup>

"'Elliott Wave' Forecaster Ends Public Appearances," *The Wall Street Journal*, 10 March 1989: B16.

vielen Vorträgen (20-30 pro Jahr) hatte Prechter regelmäßig ein Ansteigen der Börsenpreise vorhergesagt und viele Spekulanten (und Spekulantinnen) an der Börse zu "leichtsinnigen" Investitionen ermutigt. Mit dem Börsenkrach im Oktober 1987 sollte Prechters Ansehen rapide sinken: Der Börsenanalyst hatte eine solche Entwicklung zwar eine Woche zuvor als Baisse erkannt und darauf spekuliert – "I expect a prolonged bear market, the worst in 50 years"<sup>1392</sup>–; für seine Anhänger jedoch kam diese Aussage unerwartet und zu spät.

Siehe *Farrell, Robert*

### **Preppy**

Eine Bezeichnung für einen Elite-Studententyp, der mit seinem formalen und zugleich jugendlichen Markenkleidungsstil ein reiches Elternhaus, akademischen Ehrgeiz, Karrierebewusstsein und mit einem übermäßigen Konsumverhalten letztendlich auch ein angeheimes Yuppietum signalisiert. Der Begriff "prep" (1895) leitet sich von "student or graduate of a preparatory school" aus zunächst England ab und wurde bereits 1928 für Jugendliche, die sich auf eine höhere (private) Schule im Nordosten der USA vorbereiteten, angewendet. Die Variante des "preppy" und seines Looks gibt es seit 1962. Letzterer setzt sich aus klar definierten Kleidungsstücken wie an Schuluniformen und Marinejacken orientierten dunklen Blazer, Chinohosen, Button-Down-Hemden, gestreiften Krawatten, Gürtel und Hosenträger sowie teuren Lederschuhen ohne Schnürsenkel (Slipper) und einem adretten Kurzhaarschnitt zusammen.

Siehe *YUPPIE*

### **Presley, Elvis**

Ein US-amerikanischer Popsänger (\* 1935, † 1977), der den ehemals "schwarzen" Rock 'n' Roll mit seiner sexuellen Energie für eine junge, weiße Bevölkerung transkribierte und zur Symbolfigur der aufkommenden BabyboomerInnen und der ersten Generation von Heranwachsenden und deren Widerstand gegenüber der Elterngeneration wurde. Die 1950er-Jahre mit ihren Anleihen aus Country, Western und Gospelmusik gelten bis zu Elvis' Durchbruch als die klassischen Jahre des "King of Rock'n'Roll", der als Hillbilly Cat startete und ob seines exzentrischen Auftretens bald danach den Kosenamen Elvis the Pelvis erhielt. In den 1960er- und 1970er-Jahren wurde der zutiefst religiöse Presley zunehmend exzentrisch in Ausdruck und Auftritt. Der Grammy-Preisträger war zum ersten Sexsymbol für Generationen und damit zur öffentlichen Figur geworden. Höhepunkt war neben unzähligen Top-Hits das *Elvis Aloha*-Konzert 1973, welches per Satellit weltweit übertragen wurde und die Kultfigur zum Mythos und zur Legende machte. In seinen letzten Lebensjahren hatte Elvis Gewichtsprobleme und war medikamentenabhängig. Seine Ehe zerbrach und er zog sich zunehmend zurück. Am 16. August 1977 verstarb Ellis auf bis heute ungeklärte Weise auf seinem Anwesen in Graceland in Memphis. Ellis liefert mit Batemans Bemerkung "a month ago was Elvis Presleys death" (*AP* 371) über den Kultstatus von Elvis in der amerikanischen Populärkultur eine Zeitangabe im Roman. Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Pretty in Pink**

Eine US-Kinokomödie (1986, Regie: Howard Deutch) mit Brat Pack-Star Molly Ringwald in der Hauptrolle von Andie Walsh, einem Mädchen aus einfachen Verhältnissen und mit Blane McDonnagh, einem reichen Jungen, die sich ineinander verlieben, aber als sozial ungleiches Paar auf der Elite-Highschool nicht akzeptiert werden. Nachdem Blane dem Druck nicht standhalten kann, zerbricht zunächst ihre Beziehung, findet aber beim Jahresabschlussball ein Happy End.

### **Pretzel**

Ein in Form einer Acht gebackenes Brot und Symbol für das Bäckerhandwerk. In Bayern ist die Laugenbrezel eine typische Beilage einer Weißwurst mit Bier.

### **Prince**

Ein US-amerikanisches Musiktalent und Verwandlungskünstler (\* 1958, † 2016), der in den 1980er-Jahren seinen Durchbruch hatte und so unterschiedliche Genres wie R&B, Funk, Soul, Pop, Rock und Jazz und mehr mühelos zu einem Ganzen vereinen konnte und immer wieder bahnbrechend in Stil und Diversität seines Materials wirkte. Nach zwei funkigen Pop-Alben Ende der 1970er-Jahre etablierte sich Prince Rogers Nelson in den 1980er-Jahren als ernst zu nehmender Musiker – als Sänger, Komponist und Multiinstrumentalist, dessen Live-Auftritte immer auch ein sexuelles Pulverfass darstellten: *Dirty Mind* (1980), *Controversy* und *1999* – in ihrer Mischung aus sexy Funk und weichen Soulballaden,

---

<sup>1392</sup>

Ebda.

unterstrichen vom Sound der Rockgitarre – sind Verkaufsschlager. *Purple Rain* 1984, etablierte Prince als Superstar, der von da an mit etwas mehr oder weniger Erfolg vom Poppigen ins Psychedelische wechselte und ihm 1985 einen Oscar und zwei Grammys bescherte. *Sign o' the Times* 1987 und der Soundtrack zu *Batman* (1989) – etwas mehr am Mainstream orientiert – sollten Prince ab dann mit großen wie kleineren Projekten, vor allem aber mit seiner einzigartigen musikalischen Ausdruckskraft, Bühnenauftritt und -erfolg sichern.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Princess Di**

Erste Ehefrau des britischen Thronfolgers Prinz Charles III und von 1981–86 Kronprinzessin des Vereinigten Königreiches. Diana Frances Spencer (\* 1961, † 1997), gebürtig aus einem alten englischen Hochadelsgeschlecht, wurde durch die Heirat mit Prince Charles 1981 zur "Princess of Wales" mit dem Titel "Ihre Königliche Hoheit" und Mutter zwei männlicher Thronfolger (Prinz William und Prinz Harry). Mit der weltweit größten königlichen (Traum-)Hochzeit, an der 750 Mio. Menschen auf der ganzen Welt via Fernsehen teilnahmen, wurde die ehemalige Kindergärtnerin mit ihrem Charme und bescheidenem Auftreten sowie ihrem karikativen Wirken – sie unterstützte zahlreiche Wohltätigkeitsprojekte wie die britische AIDS-Hilfe – zum weltweiten Idol für Millionen von Frauen und Männern. Ständig und überall lauerten ihr Reporter und Paparazzi auf. Privat litt sie an einer gescheiterten Ehe, die 1996 geschieden wurde. 1997 verstarb sie zusammen mit ihrem damaligen Freund Dodi Al-Fayed nach einer Verfolgungsjagd durch Paparazzi in Paris bei einem bis heute nicht völlig geklärten Autounfall. Princess Di war eine der medial meistbesprochenen und meistfotografierten Frauen der Welt, die auch stellvertretend für eine neue Ära in der Klatsch-Berichterstattung steht.

Siehe *TALKSHOW in den 1980ern*

### **Princeton Club of New York City, The**

Ein 1899 gegründeter exklusiver Universitätsclub, der Studierenden und Alumni der Princeton University in Cambridge, MA sowie Dartmouth und Columbia University-Mitgliedern und deren Verwandten offensteht und mit einem Netzwerk internationaler und nationaler Clubs (Philadelphia, Washington, D.C.) Rückzug für "business or pleasure" in Form von besonderen Übernachtungs- und Speisemöglichkeiten sowie Freizeitaktivitäten bietet. Der Club erregte in den 1980er-Jahren Aufsehen, da er Frauen weiterhin die Mitgliedschaft verweigern wollte.

### **Pringles Potato Chips**

Eine Kartoffelchips-Marke des US-amerikanischen Unternehmens Procter & Gamble, die in den 1980ern mit dem Slogan: "Once you pop, you can't stop!" und einem Hip-Image ihren Durchbruch hatte. Anders als andere Kartoffelchips werden Pringles nicht aus Kartoffelscheiben, sondern aus einem Kartoffelflockenteig hergestellt.

### **ProBright**

Eine Aufsteckbürste in der Oral-B Mundpflegelinie der 1927 in Frankfurt am Main gegründeten deutschen Firma Braun, später auch Teil des US-Konzerns für Elektrogeräte The Gillette Company.

### **Propheteers, The**

Ein vom US-amerikanischen Schriftsteller Max Apple 1987 veröffentlichtes Romanepos (New York: Harpercollins) über das Zusammenspiel von Unternehmenskapitalismus und Populärkultur; eine Satire über die amerikanische Konsumkultur und die Wirtschaftsgrößen dahinter. Ein Buch über Prophezeiungen und Profitgier. Die Handlung findet in Orlando, Florida, in den 1960er-Jahren statt und dreht sich um Howard Johnson, den legendären Besitzer der gleichnamigen Restaurant- und Motelketten, um die Disney-Brüder als Verkörperung Hollywoods und um die reichste Frau Amerikas, Mrs. Margery Post Merriweather. Die Charaktere erfahren in Apples Satire die Vor- und Nachteile ungläublichen Wohlstands, wobei das Romanepos selbst von einer religiösen Strömung unterspült wird. In *American Psycho* karikiert Bret Easton Ellis mit dem einfach zubereiteten Essen im Restaurant "Propheteers" in Phoenix, welches der Kollege von Bateman Luis Carruthers mit einem Geschäftskunden besucht hatte und ihm daraufhin beschreibt, Batemans Enttäuschung über das "einfache" Essen und belegt dadurch dessen Desensibilisierung gegenüber dem Einfachen, wenn bereits ein Zuviel stattgefunden hat. (AP 107)

Siehe *Restaurants in den 1980ern*

## Psycho

Ein Horrorfilmklassiker (1960) des englischen Regisseurs und Produzenten Alfred Hitchcock (\* 1899, † 1980), eine der einflussreichsten Persönlichkeiten in der Geschichte des Kinos. *Psycho* erfuhr gleich wie andere erfolgreiche Populärkulturtexte (siehe *Batman*) eine mehrteilige Neuauflage in den 1980ern. An die *stalker-* und *slasher-*Welle am Anfang des Jahrzehnts angelehnt, erscheinen 1983 *Psycho II*, 1986 *Psycho III* und 1990 *Psycho IV*, allerdings „nur“ als Fernsehfassungen. Neben dieser typischen Ausschlichtung eines vormaligen Publikumserfolges für verschiedene Produktionsformate wie Kino und Fernsehen war *Psycho* auch formale und inhaltliche Vorlage für Bret Easton Ellis Roman *American Psycho* und hatte mit seiner Formel „Sex und Gewalt“ ein neues Genre begründet. Seit 1960 hat *Psycho* sowohl für billig produzierte Psycho-Horrorfilme, für sogenannte „Slasher“-Filme, als auch für hoch budgetierte, sensationsorientierte Mainstream-Filme bis hin zu hochstilisierten Erotik-Thrillern paradigmatisch gewirkt. *Psycho* begründet auch die Filme Hitchcocks, in denen Gewalt gegen Frauen (mittels Kontrolle durch Kamera und Schnitt subtil inszeniert) zunehmend das Filmnarrativ bestimmen wird (*Marnie*, 1964). Das Drehbuch zum Originalfilm mit Janet Leigh als Marion Crane und Anthony Perkins als Norman Bates in den Hauptrollen hatte der Autor Robert Bloch nach seinem gleichnamigen Roman 1958 verfasst. Bloch wohnte in der Nähe von Plainfield, dem Wohnort des Serienmörders Ed Gein. Nach der Entdeckung der Schreckenstaten seines Nachbarn war Bloch von der Vorstellung, dass „der Mann von nebenan ein Monster sein kann, ohne dass jemand Verdacht schöpft – nicht mal im Mikrokosmos einer Kleinstadt mit all dem Klatsch und Tratsch“<sup>1393</sup>, so fasziniert, dass er den Serienmörder Gein als Vorbild für das mörderische Muttersöhnchen Norman Bates sowohl in seinem Roman als auch im Drehbuch für den Film *Psycho* verewigte. Anders als im Film besitzt Norman Bates im Roman viele Charakterzüge von Ed Gein. Beide sind Einzelgänger mittleren Alters, die psychisch und emotional von „sexhassenden, bibelbesessenen, herrschsüchtigen“<sup>1394</sup> Müttern gequält worden sind. Polizeiberichte ergaben, dass Gein seine Taten in einer Art „Trance“ verübte; Norman Bates betrinkt sich vor seinen Morden. Die Opfer Geins sind älter als die im Film gezeigten attraktiven und jungen Frauen von Bates. Gein hat die Leiche seiner Mutter nicht wie Bates im Film *Psycho* konserviert, sondern diese – wie alle seine Opfer – verstümmelt. Mit der Aufdeckung des Mordes an Marion Crane und der Überführung von Norman Bates als (Serien-)Mörder am Ende des Hitchcock-Films wird das „Böse“ für die ZuseherInnen offiziell gebannt. Mit dem Schlussvortrag des Psychiaters am Ende des Films, in dem dieser für die Zusehenden eine klare Grenze zwischen Normalität und Wahnsinn zieht, kontrastiert Hitchcock wiederum seine bisherige Darstellung der Figur Bates, wodurch die Doppelsinnigkeit von Normalität und Abnormalität subtil verstärkt wird. Hitchcocks Film *Psycho* war Gegenstand unzähliger wissenschaftlicher Untersuchungen und gilt als Meilenstein für die Entwicklung von neuen Filmtheorien, unter anderem aus strukturalistischer, psychoanalytischer und feministischer Sicht. So kann *Psycho* von den Zusehenden auf seine *unterdrückten* oder *symptomatischen* Bedeutungen hin, die unbewusst produziert werden, gelesen werden; das heißt, als Hitchcocks individuelle Aufarbeitung einer Obsession etwa oder aber im weiten sozialen, ökonomischen, politischen oder ideologischen Kontext als Film, der die männliche Angst vor der weiblichen Sexualität in sich verschließen will; für Jacques Rivette belegt der Film „a duality of external appearances and hidden secrets“<sup>1395</sup>. In *Hitchcock and Homosexuality* kommt Theodore Price zur Schlussfolgerung, dass Homosexualität und die Morde von *Jack The Ripper* wiederkehrende Motive in Hitchcocks Filmen seien.<sup>1396</sup> Der Filmkritiker Raymond Bellour hingegen legt in seiner Auseinandersetzung mit Hitchcock dar, wie mit dem Nebeneinandersetzen von Neurose/Psychose und weiblich/männlich die Frau Mittel zur männlichen Verwirklichung von narzisstischer Identifikation wird.<sup>1397</sup> Der Film zeige aber auch, so Bellour, dass diese Identifikation mit sich selbst in psychotischem Fetischismus begründet sei. Ausgehend von der Kastrationsangst wirke die Frau als Kastrationsbedrohung, weswegen diese fetischisiert oder bestraft werden müsse. Aus diesem Grund wird die Frau durch den Blick durch die Kamera zum Objekt des männlichen aggressiven und voyeuristischen Blickes und die Psychose mit fetischistischer Perversion verbunden: „The scope of drive is dominant. [...] This explains the fact that Norman’s psychosis, his inordinate object – desire that rushes headlong into murder, is entirely structured by a fetishistic aim carried to the point of madness“<sup>1398</sup>. Für den Filmtheoretiker Leland

<sup>1393</sup> Vgl. Leigh und Nickens, 18 und weiter.

<sup>1394</sup> Ebda., 20.

<sup>1395</sup> Bordwell, 117.

<sup>1396</sup> Theodore Price, *Hitchcock and Homosexuality* (Metuchen, NJ: Scarecrow, 1992) 356. Vgl. auch Raymond Durnat, „Inside Norman Bates“ in *Films and Feelings* (Cambridge: MIT, 1967): 209–20.

<sup>1397</sup> Bellour, Raymond, „Neurosis, Psychosis, Perversion“ in *A Hitchcock Reader*, eds. Marshall Deutelbaum and Leland Poague (Ames: Iowa State University Press, 1986): 311–31.

<sup>1398</sup> Ebda., 324.

Poague wiederum ist *Psycho* ein Film über die Beziehung von sozialer Macht (Kapitalismus) und individueller Freiheit.<sup>1399</sup>

[...] the excessive brilliance of Hitchcock's work [...] seems to lie in the almost mathematical purity of conception in which technique, narrative, and structure are integrated, each aspect self-consciously folding in on the others, in part by a complex reflection on character and audience knowledge. If guilt and innocence are constantly contested in Hitchcock's films, Hitchcock himself leaves us no doubt as to who is the author of the guilty deeds which are his films. His films stand as the perfect crime, not because the author of the crime is hidden, but because he is so clearly exposed in a brilliance at once deeply flawed and absolutely flawless.<sup>1400</sup>

Es gibt viele Möglichkeiten *Psycho* zu interpretieren. Was jedoch das Filmschaffen von Alfred Hitchcock so einzigartig macht, war seine Fähigkeit, sich selbst zu vermarkten und zugleich neue Filmmaßstäbe in Bildaufbau und Kameraführung sowie der Erzählung zu legen; sprich den natürlichen Voyeurismus der FilmbetrachterInnen exemplarisch in seine Werke einzubauen, wodurch die BetrachterInnen zur Selbstverantwortung im Urteil gezwungen werden – gleich wie in *American Psycho*.

Siehe *Teil III über American Psycho* und *SEX and VIOLENCE in den 1980ern*

### **Puck, Wolfgang**

Ein österreichischer Starkoch, Restaurantbesitzer und Unternehmer (\* 1949), der in den USA in den 1980er-Jahren mit seinem Restaurant Spago in Beverly Hills, Los Angeles, berühmt wurde und sich in Folge mit dem *Wolfgang Puck Express*, einer eigenen Fernseh-Kochshow und mit Kochbüchern und Puck-Küchenprodukten zu vermarkten begann.

### **Puck Building**

Ein historisches, 1885 vom deutschstämmigen Architekten Albert Wagner für die J. Ottman Lithographic Company entworfenes Gebäude in New York im (wiederbelebten romanischen) deutschen Rundbogen-Stil in SoHo an der Grenze zu Little Italy, Chinatown und Greenwich Village in New York City. Den Namen bekam das Puck Gebäude durch das gleichnamige Satiremagazin, das dort um die Jahrhundertwende produziert wurde und an das noch zwei Statuen des Maskottchens "Puck" nach der Figur von Shakespeare des Bildhauers Henry Baerer am Eingang erinnern. Anfang der 1980er-Jahre wurde das Gebäude gentrifiziert, aufwändig generalsaniert und 1983 seiner Neubestimmung, vor allem Geschäftsräume für den Kunstbereich, zugeführt. Ein Jahr zuvor, 1982, fand dort der Mord an der kurz vor ihrem Durchbruch stehenden Schriftstellerin und Künstlerin Theresa Hak Kyung Cha durch den Sicherheitsbeamten und Vergewaltiger Joey Sanza statt. Kyong Cha hatte sich mit ihrem Mann, dem Fotografen Richard Barnes, der die laufenden Arbeiten am historischen Gebäude dokumentierte, zum Essen verabredet. Nach einer erfolglosen Suche nach dem Mörder und einem genauen Tatort wurde Sanza schlussendlich als Täter ausgemacht und nach mehreren Verhandlungen zu 25 Jahren Haft verurteilt. Das Puck Building war zwischen 1986-98 Sitz der neugegründeten Satirezeitschrift *Spy Magazines* und in den 1980er-Jahren unter anderem wegen seiner Veranstaltungen und Partys in den zwei legendären Ballsälen – dem Grand Ballroom und dem Skylight Ballroom – bekannt. Bateman erwähnt in diesem Zusammenhang auch eine Produktpräsentation im Puck Building (*AP* 126, 127).

### **“Pump up the Volume”**

Eine Hitsingle (1987) und einziger Song der britischen Gruppe M/A/R/R/S, welcher als Musikprojekt des Plattenlabels von 4AD-Boss Ivo Watts-Russell mit dem Mixer Chris "C. J." Mackintosh und DJ Dave Dorrell Geschichte schrieb: Er gilt als erster *Mainstream-Techno-Dance-club*-Song, der den Übergang von Hip-Hop in elektronische Tanzmusik (*Electronic Dance Music*) markiert, wo es darum ging, den Rhythmus klassischer Soulaufnahmen mit elektronischer Musik zu sampeln. Der Song wurde zum Hit in Großbritannien und in den USA.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

<sup>1399</sup> Leland Poague, "Links in a Chain: *Psycho* and Film Classicism" in *A Hitchcock Reader*, eds. Marshall Deutelbaum and Leland Poague (Ames: Iowa State University Press, 1986): 340–49. Vgl. auch Robin Wood, "Psycho" in *Hitchcock's Films* (South Brunswick, NY: A.S. Barnes, 1977) und Jean Douchet, "Hitch et son public" in *Cahiers du cinéma* 113, 1960; translated in Jim Hillier, ed. *Cahiers du cinéma: The 1960s: New Wave, New Cinema, Reevaluating Hollywood* (Cambridge: Harvard University Press, 1986) 150–57.

<sup>1400</sup> Edward R. O'Neill, "Alfred Hitchcock" in *The History of World Cinema*, Hg. Geoffrey Nowell-Smith (New York: Oxford University Press, 1996) 311. Vgl. Robin Wood, *Hollywood from Vietnam to Reagan* (New York: Columbia University Press, 1985) 150.

## Q

### **Q. T. Instatan**

Eine Abkürzung für englisch "Quick Tanning", einen Selbstbräuner. Es handelt sich bei dem Produkt um eine der ersten selbstbräunenden Sonnencremen aus den USA auf der Basis von Octyl Methoxycinnamate, die allerdings zu einem orangen Teint führte.

### **Quaalude**

Eine US-amerikanische Marke für ein Beruhigungs- und Schlafmittel mit dem Wirkstoff Methaqualon, welches in den 1970er-Jahren als – auf der Straße gehandeltes und in Zusammenhang mit der Einnahme von Alkohol enthemmende – Partydroge sehr populär war. Aufgrund des starken Schwarzmarktes und dem damit verbundenen schlechten Image wurde das gängige Hypnotikum und Rauschmittel "Quaaludes" in den 1980er-Jahren vom "offiziellen" US-Markt verbannt.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Quayle, Dan**

Ein US-amerikanischer Politiker (Republikaner) und Jurist (\* 1947). Mit 41 Jahren wurde James Danforth (Dan) Quayle nach einer steilen politischen Karriere unter dem 41. Präsidenten George Bush Senior (1989–93) zum jüngsten US-Vizepräsidenten ernannt. Quayle galt als strenger Verfechter traditioneller Familienwerte, eines freien Unternehmertums und der Beschneidung staatlicher Einflussnahmen. Während seiner Amtszeit fiel der Republikaner immer wieder durch seine verbalen Ausfälle auf. Quayle ist auch Autor des Bestsellers *Standing Firm* (1994), seiner Memoiren als 44. amerikanischer Vize-Präsident.

### **Qubol**

Ein verschreibungspflichtiges Medikament mit dem Wirkstoff Anastrozol zur unterstützenden Behandlung von Brustkrebs bei Frauen des Pharmaunternehmens Neon Laboratories Limited seit 1982 mit Sitz in Indien.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Queens College**

a) Ein privates US-College, das 1857 in Charlotte (NY) gegründet wurde und der Presbyterianischen Kirche nahesteht.

b) Ein öffentliches US-College, das 1937 in Flushing (NY) gegründet wurde und als Teil des CUNY (City University of New York) -Netzwerkes und wegen seiner Nähe zu Manhattan (10 Meilen) vor allem von New Yorkern besucht wird.

### **Quesadilla**

Ein mexikanisches Gericht, das aus einer mit Käse gefüllten getoasteten Tortilla besteht.

### **Quilted Giraffe, The**

Ein modernes und sehr teures Nouvelle Cuisine-Gourmetrestaurant, das seit seiner Eröffnung 1975 in New Paltz in New York, seinem Umzug nach New York City 1979 und in die 550 Madison Avenue 1987 als eines der besten der USA galt. Mit der Übernahme des AT&T-Buildings durch Sony 1992 schloss das Restaurant.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

## R

### **Racquet Club, New York**

Ein seit 1876 bestehender Sportclub in NYC, dessen Clubgebäude zwischen 1916 und 1919 von den US-Architekten McKim, Mead & White im Stil der italienischen Renaissance in Midtown Manhattan neu gebaut wurde; das R(aquet) & T(ennis) Building gilt seit 1979 als New Yorker Sehenswürdigkeit. Dieser exklusive Fitness- und Gesellschaftsclub mit integrierten Spielplätzen für Tennis, Squash und weiteren

Sportaktivitäten wurde in den 1970ern unter dem Namen New York Health & Racquet Club und mit dem "Fitness-Trip" vor allem in den 1980ern bekannt und sehr beliebt.

### **Radcliffe College**

Ein zunächst unabhängiges, nicht gewinnorientiertes US-College, das 1879 als "Harvard Annex" für eine Frauenausbildung an der Harvard Fakultät in Cambridge, MA, gegründet wurde. Zusammen mit dem Harvard College bietet das Radcliffe College heute den Bachelor of Arts für ein weiteres Studium an der renommierten Harvard University an, der beide angeschlossen sind.<sup>1401</sup>

### **Radio City Music Hall**

Ein Konzertsaal in New York, der größte mit knapp 6.000 Sitzplätzen, wo unter anderem verschiedene Awards verliehen werden.

### **Rainbow Neckwear**

Eine 1983 vom US-amerikanischen Designer Martin Dingman lancierte Modemarke für Krawatten.

Siehe *Martin Dingman* und *MODE in den 1980ern*

### **Rainbow Room, The**

Ein klassisches, exklusives New Yorker Restaurant seit 1934 im Art Déco Stil im 65. Stock des größten und schmackvollsten Gebäudes der City, dem Rockefeller Center. Letzteres gilt seit jeher als Symbol für New Yorks Eleganz und Manhattans Luxus ganz im Sinne seines Erbauers John D. Rockefeller.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Ralph Lauren**

Ein US-amerikanischer Modeschöpfer (\* 1939) aus New York. Der Sohn eines jüdischen Emigrantenpaares aus Russland studierte zunächst Wirtschaft, absolvierte seinen Militärdienst und eröffnete 1967 sein erstes Geschäft für Krawatten. 1971 folgten die ersten Herren- und Damenmodekreationen. Die Produktpalette zu den verschiedenen Untermarken wie 'Polo Ralph Lauren', 'Polo Sport', 'Ralph Lauren Menswear' und mehr reicht von Sport-, Freizeit- und Kinderkleidung, Accessoires und Kosmetika wie Parfüms bis zu Inneneinrichtung. Ralph Lauren steht für eine unaufdringliche, sportlich-elegante Mode mit einer Mischung aus englischer und amerikanischer Tradition. Sie gipfelt im sogenannten College-Look der Ivy League, dessen Freizeitmode des Labels 'Polo' mit dem Polospieler auf der Brust besonders unter Yuppies beliebt war. In den 1980er-Jahren hat Lauren seine Mode unter anderem mit den Pferde- und Hundemotiven des britischen Malers George Stubbs beworben.

Siehe *Ike Behar; Polo* und *MODE in den 1980ern*

### **Rambo**

Ein US-amerikanischer Actionfilm namens *Rambo-First Blood* (1982) von Ted Kotcheff über das Trauma des Vietnamkriegs, worin eine mögliche psychologische Aufarbeitung dieses US-Traumas durch die Darstellung von brutaler und absurder Gewalt in diesem Film jedoch unterbunden wird. Als der ehemalige Vietnamveteran John Rambo (Sylvester Stallone) einen Kriegskameraden besuchen will und von dessen Tod durch das von den amerikanischen Streitkräften in Vietnam eingesetzte Gas "Agent Orange" erfährt, dreht er durch und flüchtet vor der Polizei in die Berge. Was folgt, ist ein traumatisierter Rambo mit gestähltem Körper im gnadenlosen Privatkrieg gegen die Polizei. Rambo zeigt sich seinem Umfeld als reine Tötungsmaschine und wurde durch das Leitmotiv des Films "Einer gegen Alle" zum Helden der 1980er-Jahre – und dabei Vorbild für eine nicht nur junge Generation. So soll Ronald Reagan während der Entführung der TWA-Maschine 847 durch Libyen 1985 vor der Presse im Fernsehen erklärt haben: "I saw *Rambo* last night, and next time I'll know what to do". Der halbnackte Bodybuilder Rambo und dessen Lösung, Probleme individuell und als Mann mit körperlichem Durchsetzungsvermögen anzupacken, entsprach durchaus dem Heldenbild, das in den Populärkulturtexten dieser gesellschaftskonservativen Dekade tradiert wurde. Der Macho-Held war die Gegenreaktion auf den Feminismus der 1970er-Jahre und auf eine zunehmend sichtbare multikulturelle Gesellschaft, in der sich der "weiße" Mann als Opfer fühlte. Der Erfolg des ersten Films führte – wie bei fast allen erfolgreichen Filmkonzepten der Ära – zu einer Fortsetzung. In *Rambo 2 – Der Auftrag* (1985) ist der private Guerillakrieg durch einen Gefängnisaufenthalt Rambos zunächst kurzzeitig unterbrochen. Durch seinen früheren Ausbilder und Vorgesetzten erhält Rambo jedoch den Auftrag, vermisste amerikanische

<sup>1401</sup>

*Radcliffe Institute for Advanced Study at Harvard University*, [www.radcliffe.harvard.edu](http://www.radcliffe.harvard.edu).



Soldaten in Vietnam ausfindig zu machen und in die USA zurückzubringen. Das Gemetzel des Einzelkämpfers geht weiter und findet seine Fortsetzung in *Rambo III* (1988).  
Siehe *KÖRPERKULT in den 1980ern* und *TALKSHOW in den 1980ern*

### **Ramlösa**

Eine bekannte und hochwertige Mineralwasser-Marke aus Helsingborg in Schweden seit 1707.

### **Range Rover**

Eine britische Automarke, die Stellenwert, Luxus, Komfort sowie Sportlichkeit ausdrückt.  
Siehe *AUTO in den 1980ern*

### **Rap**

Ein rhythmischer Sprechgesang, dessen Botschaft schnell und in auffälliger Art und Weise vorgetragen wird. Das Rappen gehört zu einer internationalen Jugendkultur-Bewegung, dem Hip-Hop, und hat ihren Ursprung in den schwarzen Ghettos New Yorks der 1970er-Jahre. Dem Hip-Hop liegt der Gedanke des Kampfes (*battle*) und Sieges (*fame*) zugrunde, wobei diese Auseinandersetzungen und ein nachfolgender Ruhm im Gegensatz zu echten Bandenkriegen nur künstlerisch (verbal, musikalisch, akrobatisch sowie zeichnerisch) ausgetragen werden und die Weiterentwicklung der eigenen Fähigkeiten zum Ziel hat.

Siehe *MUSIK in den 1980ern* und *MODE in den 1980ern*

### **Raw Space**

Ein Off-Broadway Theater in 529 W. 42<sup>nd</sup> Street in Manhattan-Midtown, New York City.

### **Ray Ban**

Eine 1937 vom US-amerikanischen Unternehmen Bausch & Lomb in Zusammenarbeit mit dem United States Army Air Corps zum Strahlenschutz für Piloten entwickelte Sonnenbrille und auch eine Marke, die durch Hollywood weltweit bekannt wurde. Die gespiegelten Sonnenbrillen der 1980er-Jahre galten zusammen mit einer Rolex-Uhr, Kreditkarte und Aktentasche als Statussymbol der Yuppies. Tom Cruise verhalf den Ray Bans mit seinen "coolen", sonnenbebrillten Auftritten in *Risky Business* (1983) und in *Top Gun* (1986) zu einem neuen Durchbruch, sowohl im klassischen Schwarz als auch in Farbversionen mit der klassischen Rahmenasymmetrie.

Siehe *Bausch & Lomb, Aviator* und *Wayfarer*

### **Reagan, Nancy**

Eine US-amerikanische Schauspielerin (\* 1921, † 2016) und Ehefrau des 2004 verstorbenen 40. US-Präsidenten Ronald Reagan. Anne Frances [Nancy] Robbins sorgte als stets lächelnde First Lady für viele Kontroversen, unter anderem weil sie großen Einfluss auf Reagans Entscheidungen besaß, ihm beispielsweise einflüsterte oder den täglichen Arbeitsablauf des US-Präsidenten erst nach Konsultation mit ihrer Astrologin festlegen ließ. Nancy wuchs zunächst als Scheidungskind auf, wurde später adoptiert, studierte Schauspiel, heiratete 1952 ihren Schauspielerkollegen Ronald Reagan und trat als Ehefrau und Mutter zweier Kinder fortan die größte "Rolle" ihres Lebens an. An der Seite Ronald Reagans als Gouverneur von Kalifornien begann sie sich ab 1967 gegen Drogen- und Alkoholmissbrauch von Jugendlichen einzusetzen, arbeitete für zahlreiche Wohltätigkeitsorganisationen und besuchte Kriegsveteranen, ältere Menschen und Menschen mit Beeinträchtigung. Weniger Anerkennung als vielmehr Kritik holte sich die First Lady mit ihrem (naiven) Slogan "Just say no" (to drugs), als sie 1985 im Weißen Haus eine internationale Konferenz zum Thema "Drogen" abhielt und mit ihren Aussagen generell polarisierte. Als Verfechterin einer traditionellen Familienpolitik und offene Gegnerin von Homosexualität war sie Paradebeispiel für den stattfindenden Backlash in der amerikanischen Gesellschaftspolitik, den sie auch mit ihrer ultrafemininen, konservativen Kleidung verkörperte. Bei Umfragen des Gallup-Instituts wurde Reagan Jahr für Jahr zu einer der zehn meistbewunderten Frauen gewählt. Anlass zur Kritik gab auch Nancys extremes Konsumverhalten, sowohl als (kostenloses) Vorzeigemodell vieler Modeschaffender jener Dekade bei verschiedenen (internationalen) Anlässen als auch beim Einrichten ihrer Wohnung im Weißen Haus während der Wirtschaftsrezession. 1989 erschien Nancy Reagans Buch *My Turn* über das Leben im Weißen Haus. Später zog sie sich mit ihrem Mann nach Kalifornien in den Ruhestand zurück und verließ nur selten den selbstgewählten Rückzugsort, an dem Ronald Reagan am 5. Juni 2004 nach langer Alzheimer-Krankheit verstarb.

Siehe *REAGAN, RONALD*; "Just say no" und *MODE in den 1980ern*

## REAGAN, RONALD

Ein US-amerikanischer Schauspieler (\* 1911 in Tampico, IL, † 2004) und 40. Präsident der USA (1981–89). Der Roman *American Psycho* spielt in der zweiten Regierungszeit von Ronald Wilson Reagan (1986–89), im Zeitraum vom Challenger-Absturz 1986 bis kurz nach dem Amtsantritt des republikanischen Nachfolgers und jahrelangen Vizepräsidenten von Ronald Reagan, dem 41. Präsidenten der USA, George Bush, Mitte 1989. Patrick Bateman erwähnt nicht nur namentlich Ronald Reagan und dessen (widersprüchliche) Regierungspolitik, sondern verkörpert als Yuppie-Ziehkind und Erbe eines etablierten Firmenunternehmens auch dessen Wertesystem und Selbstwahrnehmung. In der Zeichnung Patrick Batemans als Serienmörder zeigt Ellis das Auseinanderklaffen von propagiertem Image und amerikanischer Realität für die Mehrheit der Amerikanerinnen und Amerikaner in den 1980er-Jahren, überbrückt von Ronald Reagans Talent eines großen Kommunikators. Ronald Reagan stammte aus sehr ärmlichen Verhältnissen und verdiente sich mit Stipendien und Nebenjobs Highschool und College, lernte schon in früher Kindheit die Schauspielerei und Improvisation. Als Baseballkommentator fiel er bald durch seine Redegewandtheit auf. Reagan begann seine „politische“ Karriere 1947 als „demokratischer“ Präsident der Gewerkschaft der Filmschauspieler (SAG: Screen Actors Guild), wobei er als McCarthy-freundlich Handelnder auffiel. Nach seiner Schauspielerkarriere arbeitete er im MCA-Fernsehen als Moderator der Werbesendung „General Electric Theater“ für den Elektrokonzern General Electric (1954–62). 1962 wechselte Reagan nicht nur das Metier, sondern auch die Partei und half dem Republikaner Richard Nixon bei dessen (erfolgloser) Kampagne zum Gouverneur von Kalifornien. 1964 hielt Reagan eine Rede für den republikanischen Präsidentschaftskandidaten Barry M. Goldwater, wobei er konservativer als der ultrakonservative Goldwater selbst auftrat und mit seiner Rhetorik überraschte. 1966 wurde Ronald Reagan zum Gouverneur von Kalifornien gewählt. Er erreichte den Haushaltsausgleich des kalifornischen Bundesstaates und wurde 1970 in seinem Amt bestätigt. Eine Sammlung von Original-Briefen, die Ronald Reagan während seiner Amtszeit als Gouverneur von Kalifornien (1966–74) an öffentliche wie private Personen und Institutionen verfasst hatte, wurde 1976 von seiner ehemaligen Chefsekretärin Helene Van Damm veröffentlicht. Diese Briefe bieten „unverfälschte“ und klare Einsichten in die Regierungspolitik und Ansichten Reagans, die nur wenige Jahre später auf Präsidentschaftsebene ihre Fortsetzung finden würden: Reagan legte Vetos gegen Regierungsausgaben ein, gewährte Nachlass bei den Grundstückssteuern, reduzierte gleichzeitig den Spitzensteuersatz der Bundeseinkommenssteuer und die Kapitalertragssteuer, beschnitt das Wohlfahrtssystem, und ging hart gegen die Studierendenproteste an der Universität in Berkeley vor. Bei der Nominierung für die Präsidentschaftswahlen 1976 unterlag der Republikaner nur knapp seinem Kontrahenten Gerald Ford. In den folgenden vier Jahren begann Reagan sich zumeist über konservative und religiöse Graswurzel-Organisationen vor allem finanzielle Unterstützung zu holen. Neben seiner antikommunistischen Rhetorik brachten ihm insbesondere seine Initiativen für Verfassungszusätze zugunsten des Schulgebets und eines Abtreibungsverbots eine breite Unterstützung der religiösen Rechten und sozialen Konservativen und damit die Unterstützung des rechten Parteiflügels bei der Nominierung zum Präsidentschaftskandidaten 1980. Während seiner Wahlkampagne präsentierte Reagan allerdings ein moderateres Image, um neben den konservativen Wählerinnen und Wählern eine breitere Schicht an Wahlberechtigten auf sich zu vereinen, was ihm – unter anderem ob der demokratischen „Ideologiekrise“ – auch gelang. Ausschlaggebend für seinen Wahlerfolg waren jedoch die unterschiedlichen Images, die Ronald Reagan als „politisches Produkt“ zu projizieren vermochte und worin verschiedene „kulturelle Mythologien“ in sich vereint waren.<sup>1402</sup> Der Werbemann Sal Randazzo zeigt in einer Untersuchung mit dem Titel „Ronald Reagan: The Mythologization of a Presidential Candidate“<sup>1403</sup> auf, dass Präsidentschaftskandidaten gleich wie Marken kreiert und dabei mythologisiert werden: „A personal mythology serves the same function as a brand mythology: It tells the voter what the presidential candidate stands for, and, at the same time, helps to establish and communicate his or her identity and persona.“<sup>1404</sup> Alle Präsidenten der vergangenen drei Jahrzehnte seit 1970 (Nixon, Ford, Carter, Reagan, Bush, Clinton) hätten laut Randazzo die (amerikanischen) kulturellen und geistigen Werte widergespiegelt. Die „Image-Macher“, die Ronald Reagan beim Aufbau einer ihm angemessenen und zugleich gewinnenden Mythologie halfen, waren bei Reagan erstmals nicht von dessen persönlicher Geschichte und Lebenserfahrung ausgegangen und hatten nicht die Person Ronald Reagan und seine „kriegerischen“ Heldentaten, sondern den Patriotismus und die Hoffnung mythologisiert, die über die Figur Reagan transportiert wurde; Randazzo: “[...] the spiritual center of the Ronald Reagan mythologization was not built around the candidate’s personal mythology but rather around feelings of

<sup>1402</sup> Vgl. R. J. Ellis, 216–30.

<sup>1403</sup> Randazzo, 154–58.

<sup>1404</sup> Ebda., 154.

patriotism and hope.”<sup>1405</sup> In Reagans Wahlkampfspots “Morning in America” sei vom “Tuesday”-Wahlkampf-Team eine Reihe von Symbolen verwendet worden, die laut Randazzo für Reagan eine angemessene und Erfolg versprechende Präsidentenmythologie schuf. Mit “herzerwärmenden” und “verschwommenen” Bildern in Werbespots im Fernsehen wurden auf emotionaler Ebene Gefühle des Patriotismus und der Hoffnung geweckt, die sofort mit der Figur Ronald Reagans verbunden werden sollten und wurden:

Reagan’s personal mythology is an advertising mythology created solely around feelings and emotional/psychological benefits. The Reagan mythology is a borrowed mythology, a reflection of the values, sensibilities, and lifestyles that are near and dear to most Americans. The Reagan mythology used the flag and appealing imagery [anthem, praise] to evoke feelings of patriotism and pride, and to associate those feelings with Ronald Reagan.<sup>1406</sup>

Reagans Mythologisierung war erfolgreich: Er besiegte 1980 den amtierenden Präsidenten der Demokraten Jimmy Carter und wurde am 20. Januar 1981 als 40. Präsident der Vereinigten Staaten vereidigt. Der erzkonservative republikanische Präsident und Verfechter der “traditionellen” Familie war der erste geschiedene Präsident in der US-Geschichte, mit 70 Jahren auch der älteste und hatte mit Nancy Davis vier Kinder. George Bush Sen. war in beiden Regierungsperioden Reagans Vizepräsident. Das Gehalt des Präsidenten betrug 200 000 US-Dollar/Jahr und 50 000 US-Dollar als Spesenersatz/Jahr.<sup>1407</sup> Am 30. März 1981 wurde Reagan nach einer Ansprache im Washington Hilton Hotel am Weg zu seiner Limousine von John W. Hinckley, Jr. angeschossen.<sup>1408</sup> Nach einer Operation, bei der Reagan die Kugel aus der linken Lunge entfernt wurde, kehrte er bereits 12 Tage später ins Weiße Haus zurück. Der Attentatsversuch von Hinckley – der nachträglich für unzurechnungsfähig erklärt wurde – sollte dessen Idol, die Schauspielerin Jodie Foster, beeindrucken, wie er in einem Brief an sie erklärte. Entgegen der damaligen öffentlichen Berichterstattung, in der der Mordversuch abgeschwächt worden war, hat die Veröffentlichung geheimer Berichte 1995 ergeben, dass Reagan an der Verletzung fast gestorben wäre.

#### Kurzabriss seiner Amtszeit<sup>1409</sup>

Nach Reagans Amtsantritt stieg mit der avisierten Innenpolitik zunächst die Inflationsrate; das hohe Zinsniveau erhöhte weiter die Rezession, die US-Arbeitslosigkeit war auf einem Höchststand und die Unternehmensgewinne waren auf einem Tiefpunkt angelangt. Durch die politische Umverteilung zwischen Arm und Reich durch das Regierungsprogramm der *Reagonomics* sollte sich die Wirtschaft ab 1983/84 langfristig erholen, die Arbeitslosigkeit sinken, das individuelle Einkommen jedoch grundsätzlich an Wert verlieren. Das US-Haushaltsdefizit bzw. die Staatsverschuldung wiederum hatte sich fast verdreifacht und war aufgrund der extremen Militärausgaben von über 900 Milliarden (*billion*) US-Dollar unter Präsident Carter auf über 2,6 Billionen (*trillion*) US-Dollar unter Ronald Reagan im Jahr 1989 angewachsen. Reagans Außenpolitik wiederum war vor allem von einer stark antikommunistischen Haltung und seiner ideologischen Mission geprägt, den Einfluss der Sowjetunion in der Dritten Welt entschieden zu bekämpfen und die US-amerikanischen Werte von Freiheit und Demokratie in die Welt zu tragen. Das war parallel mit der Einstellung der in den 1970er-Jahren eingeleiteten Entspannungspolitik verbunden, die auf einer etwaigen militärischen Gleichheit der Supermächte USA und Sowjetunion, dem deklarierten “Reich der Bösen” gründete. Reagan war entschlossen, mit fast jedem Regime in der Dritten Welt, das den Kommunismus bekämpfen wollte, militärisch, wirtschaftlich oder ideologisch zusammenzuarbeiten und manövrierte sich und sein Land dadurch in politische Skandale von enormer Tragweite. So führte eine angebliche kubanische Invasion 1983 zur Besetzung der Karibik-Insel Grenada. 1984 intervenierte Reagan im Drittland Nicaragua, um die rechtsgerichtete Terrororganisation der paramilitärischen “Contras” gegen das sandinistische Regime in Nicaragua, die von Honduras aus operierte, zu unterstützen. Für die Bombardierung eines souveränen Staates und weitere Verbrechen wurden die USA 1986 vom Internationalen Gerichtshof in Den Haag zu Reparationszahlungen an Nicaragua verurteilt. Trotz UN-Resolution und ihrem Veto erkannten die USA das Gerichtsurteil nicht an. Die Waffenlieferungen nach Nicaragua und in den Iran sollten schlussendlich in die Iran-Contra-Affäre – einem der größten politischen US-Skandale im Ausmaß von Watergate – münden. 1983 hatte Reagan auch ein weltraumgestütztes Raketenabwehrsystem, kurz Strategic Defense Initiative (SDI), vorgeschlagen, was mit dem Ende des

<sup>1405</sup> Ebda., 157.

<sup>1406</sup> Ebda.

<sup>1407</sup> Vgl. Robert S. Summers, “Ronald Reagan - Presidents of the United States (POTUS),” *Ipl: Information You Can Trust*, [www.ipl.org:443/div/potus/rwreagan.html](http://www.ipl.org:443/div/potus/rwreagan.html).

<sup>1408</sup> “The Reagan’s Assassination Attempt,” *Newsweek* Special Report 13 April 1981: 31–46.

<sup>1409</sup> Vgl. hierzu weiter meine grundlegenden Ausführungen in *Teil I zum Hyperkonsumismus* dieser Dissertation.

Kalten Krieges aber nicht umgesetzt wurde. Nach seiner klaren Wiederwahl 1984 begann Ronald Reagan auf Initiative des damaligen sowjetischen Generalsekretärs Michail Gorbatschow 1985 und 1986 erstmals Abrüstungsverhandlungen unter der Bezeichnung START (Strategic Arms Reduction Talks), welche nach langem Verlauf 1987 schlussendlich zur vertraglich festgelegten Abschaffung der US-amerikanischen und sowjetischen Mittelstreckenraketen in Europa führten. Reagans Nachfolger als 41. US-Präsident wurde sein langjähriger Vizepräsident George Bush. Die Regierungspolitik Ronald Reagans (1981-89), begrifflich als *Reaganomics* und *Reaganism* zusammengefasst, hat den Umbruch der USA von einem klassischen Produktionsland zu einer Dienstleistungsgesellschaft und den Hyperkonsumismus als treibende Kraft darin forciert. Einen großen Beitrag zur Mythisierung der amerikanischen Realität hat die spätkapitalistische, konsumorientierte Regierungspolitik und Rhetorik des Präsidenten Ronald Reagan geliefert: So versprach der Ex-Präsident dem amerikanischen Volk mit seinen deregulierenden Wirtschaftsmaßnahmen acht Jahre lang den amerikanischen Traum vom wirtschaftlichen und sozialen Aufstieg und damit "besseren" Leben in Amerika. Die Erfüllung desselben erwies sich für die Mehrheit der Amerikanerinnen und Amerikaner als bittere Illusion. So hat Reagans Realpolitik bis Mitte der 1980er-Jahre ein konstantes Gesamteinkommen zum Schwinden gebracht, ein Schrumpfen der Mittelklasse bewirkt und eine schwer überwindbare Kluft zwischen Reichen, die nur reicher werden konnten, und Armen erzeugt. Tatsächlich jedoch hat die Abgabe jeglicher "sozialer" Verantwortung vonseiten des Staates in Kombination mit der konsumorientierten Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik den Hyperkonsumismus gefördert, worin das US-amerikanische Leben von einer massenmedienorientierten Populärkultur bestimmt wird.

### THE GREAT COMMUNICATOR

Ronald Reagans Fähigkeit, die Sorgen und Ängste seines Volkes sehr einfach und bildhaft zu artikulieren und diese gleichzeitig in ein patriotisches und konservatives Wertegefüge einzubetten, sollte dem Präsidenten gleich Anfang der 1980er-Jahre den Ruf eines 'Großen Kommunikators'<sup>1410</sup> einbringen. Mit rhetorischem Geschick, bestechendem Charme und Optimismus, auch als "Reagan Magic"<sup>1411</sup> bekannt, vermochte der frühere Schauspieler sich in den unterschiedlichsten Situationen als Vaterfigur, Weltretter und -beschützer zu geben, wie etwa beim Challenger-Unfall 1986: "We will never forget them, or the last time we saw them, this morning as they prepared for their journey and waved goodbye. And slipped the surly bonds of earth to touch the face of god"<sup>1412</sup> oder als es um den Fall des Eisernen Vorhangs ging: "Mr. Gorbachev, open this gate [...] Tear down this wall."<sup>1413</sup> Reagan konnte dem amerikanischen Volk immer und grundsätzlich ein Gefühl der Zuversicht und Einheit vermitteln. Reagan selbst meinte einmal zu seinem Spitznamen "Great Communicator":

I never thought it was my style or the words I used that made a difference. It was the content. I wasn't a great communicator, but I communicated great things. And they didn't spring full bloom from my brow. They came from the heart of a great nation – from our experience, our wisdom, and our belief in principles that have guided us for two centuries.<sup>1414</sup>

Reagans Image – gerade wegen seines hohen Alters – war viele Regierungsjahre hindurch das eines humorvollen, gütigen und weisen Mannes, der zu den Herzen und zum Verstand der amerikanischen Bevölkerung sprach. Mit den Skandalen und der Korruption in seiner Regierungszeit wurde Reagan (lange) nicht in Verbindung gebracht: Erst mit den Enthüllungen zum Iran-Contra-Skandal ab Ende 1986 begann Reagans Ansehen rapide zu sinken und sein Credo in der Amtsführung – "surround yourself with the best people you can find, delegate authority, and don't interfere"<sup>1415</sup> – bekannt zu werden und damit auch die Ineffizienz seines Führungsstils. Die breite Bevölkerung begann erstmals zu

---

<sup>1410</sup> Frederick J. Jr. Ryan, ed., *Ronald Reagan: The Wisdom and Humor of The Great Communicator* (San Francisco: Collins, 1995): Der Bildband zeichnet mit Fotos, Redeausschnitten und Bemerkungen aus Ronald Reagans Regierungszeit als Gouverneur von Kalifornien, als zweifacher Präsident der USA und aus seinen zahlreichen öffentlichen Auftritten diesen überschwänglich und mit klarer republikanischer Parteinahme vonseiten des Herausgebers als *Great Communicator* nach. Die Tantiemen aus dem Verkauf dieses Buches gehen an die Ronald Reagan Presidential Library in Simi Valley (CA), in der des Präsidenten Leben und Karriere für die Öffentlichkeit dokumentiert und zugänglich gemacht wurden und die im Weiteren kontinuierlich zum Mythos von Ronald Wilson Reagan beiträgt. Auch vergibt diese Stiftung jährlich den Ronald Reagan Freedom Award "to a figure of international significance who has advanced President Reagan's vision of individual freedom and global understanding".

<sup>1411</sup> Vgl. Cannon (1991), 91.

<sup>1412</sup> *Nbc4.com*, "Reagan. 'The Great Communicator': He evolved From Performer to Orator," <http://wxnet4.nbc4.com/sh/news/stories/nat-news-20000412-232824.html> (404 Not Found).

<sup>1413</sup> Ebda.

<sup>1414</sup> Ebda.

<sup>1415</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 274. Siehe auch Wilbur Edel, *The Reagan Presidency: An Actor's Finest Performance* (New York: Hippocrene Books, 1992)

begreifen, wie unwissend und gleichgültig Reagan seinen Regierungsgeschäften und damit seiner Regierungsverantwortung gegenüberstand und seine Ahnungslosigkeit als totale Indifferenz sozialen und ökologischen Problemen gegenüber zu werten. Bei der Untersuchung des Iran-Contra-Skandals stellte sich beispielsweise heraus, dass Reagans Team absolute Handlungsfreiheit (*freedom of action*) bei der Durchsetzung seiner Regierungsvorstellungen hatte; unterstützt wurde diese Vollmacht durch des Präsidenten Arbeitsmoral, die einen sehr kurzen und oberflächlichen Arbeitstag (9–17 Uhr) umfasste. Aus den Memoiren des früheren Schatzministers und späteren Stabchefs des Weißen Hauses Donald Regan wurde bekannt, dass sich Nancy Reagan von einer Astrologin beraten und den Arbeitstag ihres Mannes danach einteilen ließ. Zudem soll Reagan während der Kabinettsitzungen öfters eingeschlafen sein.<sup>1416</sup>

### REAGANOMICS – Ronald Reagans angebotsorientiertes wirtschafts- und steuerpolitisches Regierungsprogramm

Das Wirtschaftsprogramm der Reagan-Administration war ein loses Amalgam verschiedener Wirtschaftstheorien und -ansichten:<sup>1417</sup> Zum “economic libertarianism” kam die neokonservative Philosophie der *supply-side economics*, basierend auf Milton Friedman, F. A. Hayek und seiner Austrian School. Danach würden (progressive) Steuerkürzungen und -anreize zu Neuinvestitionen und zum Sparen stimulieren und sich gemäß einer Adaption von Arthur Laffers Steuertheorie ein Wirtschaftswachstum ergeben. Dieses würde wiederum Neueinnahmen schaffen und Einnahmenverluste durch die Steuerkürzungen ausgleichen. Kurzum sollte ein starkes Senken der Einkommenssteuern die Investitionstätigkeit ankurbeln und damit einen Wirtschaftsaufschwung bewirken, welcher mit Kürzungen vor allem im Sozialsystem schlussendlich das Budgetdefizit beseitigen würde. Diese Wirtschaftstheorie implizierte auch eine Deregulierung des Marktes, was eine “Rücknahme staatlicher Einschränkungen der Gewerbe- und Vertragsfreiheit” bedeutete.<sup>1418</sup> Vor allem die Thesen des konservativen *supply-side*-Ökonomen George Gilder sollten ein solches Handeln stützen:<sup>1419</sup> Nach Gilder stellte das freie Unternehmertum das Wirtschaftssystem dar, das dem von Gott gegebenen Bedürfnis von Freiheit am nächsten käme, weswegen sich nur in der geradlinigen Verfolgung der Eigeninteressen seitens des amerikanischen Geschäftsmannes die Profite auch auf den Rest der US-Bevölkerung auswirken würden (Trickle-Down-Theorie). Viele Fachleute zweifelten die Zusammensetzung des Wirtschaftsprogramms an; George Bush griff als Herausforderer Reagans bei der Nominierung zur Präsidentschaftskandidatur dieses sogar als “voodoo economics” an. Nichtsdestoweniger sollte George Bush als Vizepräsident Reagans Wirtschaftsprogramm von Anfang an unterstützen und als Nachfolger Reagans im Großen und Ganzen auch weiterführen. In einer Ansprache als Gouverneur von Kalifornien nahm Reagan bereits 1974 die Vision seiner Wirtschaftspolitik in den 1980er-Jahren vorweg: “Private business and industry is the most over-regulated, over-taxed and under-appreciated part of America’s society”<sup>1420</sup>. Das sollte zur rhetorischen Legitimation der *Reaganomics*, der Wirtschaftspolitik (*economics*) unter der Präsidentschaft von Ronald Reagan, werden. Am 18. Februar 1981 stellte Präsident Reagan dem Kongress folgende Programmpunkte seines steuer- und wirtschaftspolitischen Regierungsprogramms vor: “1. Steuersenkung für Unternehmen und Private zur Verstärkung von Leistungsanreizen; 2. die Deregulierung in vielen Wirtschaftsbereichen; 3. die Konsolidierung der öffentlichen Haushalte durch Einschränkung der Staatsausgaben insbesondere im Bereich der staatlichen Wohlfahrtsprogramme, [vielfach aus der Zeit der *Great Society* stammend]; 4. die Senkung der Inflationsrate und 5. die Erhöhung der Rüstungsausgaben.”<sup>1421</sup> Das Regierungsprogramm der Reagan Administration (1981–89) sollte ob einiger unvereinbarer Maßnahmen in Theorie und amerikanischer Realität die USA 1982 in eine der schwersten Rezessionen führen. Danach folgte jedoch – im globalen Wettbewerb und auf Kosten der breiten Mittelschicht – ein Wirtschaftswachstum. Indem die Regierungspolitik mit ihren Maßnahmen im ausländischen Handel und beim Import, in der Immigrations- und Steuerpolitik und zugunsten einer Deregulierung, beim Antitrust-Vorgehen, bei Fusionen und Entlassungen, bei der Förderung der Selbstbeschäftigung und der Umschulung vorrangig die Macht und damit den Einfluss der Wirtschaft gestärkt hatte, wurde gleichzeitig die breite, amerikanische Bevölkerung (unvorbereitet) den Bedingungen eines (globalen) Marktes unterworfen. Aber vielmehr jedoch hatte die Reagansche Ideologie und Rhetorik das Selbstverständnis der amerikanischen Bevölkerung als BürgerInnen zu dem von Konsumentinnen und Konsumenten umfunktioniert und darin den Begriff der politischen und kulturellen Freiheit mit

<sup>1416</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 274.

<sup>1417</sup> Vgl. Wersich, 632 f; vgl. Watkins, 178 f.

<sup>1418</sup> Wersich, 226. Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 150 ff.

<sup>1419</sup> Georg Gilder in *Wealth and Poverty* (New York: Basic Books, 1981)

<sup>1420</sup> Ryan, 86.

<sup>1421</sup> Wersich, 633.

ökonomischer Freiheit – gleich den Auswahlmöglichkeiten von Konsumentinnen und Konsumenten – gleichgesetzt, was ich anhand der Ausführung von Evan Watkins und Paul Lyons darlegen möchte.

### REAGANISM – Die politische Kultur unter Ronald Reagan

Der Begriff “Reaganism” beschreibt die politische Kultur unter Ronald Reagans Präsidentschaft, die ihre Fortsetzung im Neoliberalismus finden sollte. Jegliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen des Hyperkonsumismus und seiner Etablierung in den 1980er-Jahren bedarf somit einer Auseinandersetzung mit der Reaganschen Wirtschaftspolitik (*Reaganomics*) und deren rechtfertigenden sozioökonomischen Verhaltensweisen (*Reaganism*). Diese Arbeit stützt sich auf das Werk *Throwaways* des US-amerikanischen Literatur- und Kulturwissenschaftlers Evan Watkins, der meine eigene theoretische, vor allem aber praktische Beschäftigung mit den 1980er-Jahren nicht nur bestätigt, sondern auch eine einmalige und brillante Darlegung der Reaganschen Ideologie und ihrer Entwicklung hin zur hegemonialen politischen Kultur mit ihren Mechanismen und ihrer Manifestation in der amerikanischen Konsumkultur liefert. Watkins’ Untersuchungen über die Verschmelzung von Wirtschaft und Populärkultur in einer Konsumkultur und deren Mechanismen zur Etablierung einer Wegwerfmentalität in der (amerikanischen) Bevölkerung sind für diese Arbeit insofern bedeutend<sup>1422</sup>, als diese politische Kultur des *Reaganism* auf einem “sozialdarwinistisch” fundierten Fortschrittsdenken begründet ist, in dem die Parameter neue Technologien und darin der Innovations- und Verschleißgedanke gelten: “*Reaganism* has capitalized newness, and hence nothing will more surely perpetuate ‘politics as usual’ than continuing in this way to play winners and losers.”<sup>1423</sup> *Reaganism* mit seiner Ausformung einer Wegwerfgesellschaft, in der die zuvor erwähnten wirtschaftlich orientierten Fortschrittsmechanismen und -parameter (mehr oder weniger subtil) auch auf die soziale Ebene übertragen wurden, bildete somit die Grundlage für die Etablierung des Hyperkonsumismus, gefördert durch Lebensstil und -welt der “Yuppies”. Der Erfolg des *Reaganism* durch alle politischen Lager und sozialen Schichten lasse sich laut Watkins auf die angewandte ideologische Rhetorik und auf Ronald Reagans Talent als ‘Great Communicator’ zurückführen. Verbindliche Grundlage von Reagans Wahlversprechen und den darin geweckten Erwartungen an eine bessere Zukunft durch seine Regierung sei dabei die “Freiheit von allen Zwängen”<sup>1424</sup> gewesen (wobei Reagan ausschließlich an die “Befreiung” der amerikanischen Bevölkerung von jeglichem Einfluss des Staates und an ihre “Auslieferung” an eine ungehemmte Marktwirtschaft dachte). Mit der Festlegung eines natürlichen individuellen Rechts, (seinen Lebensstil) jederzeit frei (aus-)wählen zu können, setzte Reagan individuelle Freiheit mit ökonomischer Freiheit gleich, wobei letztere eben auch Ausdruck von politischer und kultureller Freiheit sein würde. Diese individuelle Freiheit würde sich im Recht auf ein “selbstbestimmtes” Konsumieren und somit ausschließlich in einer freien Marktwirtschaft zeigen. Die Vorstellung “(aus-)wählen zu können” galt seit jeher als Zauberformel für die Verführung von Konsumentinnen und Konsumenten und sollte grundlegend für die Entwicklung einer Konsumideologie sein.<sup>1425</sup> Im *Reaganism* sollte diese Zauberformel Teil der politischen Parteirhetorik werden, in der mit der Möglichkeit einer (Aus-)Wahl folgende Vorteile zugunsten eines ungehemmten Wirtschaftskapitalismus verbunden wurden:

All choice is good; the more choice there is for consumers, the better for consumers. Choice is good for the economy; it is the driving force for efficiency, growth and diversity. A social system based on choice is better than one without; choice is the supreme value. Consumer capitalism means more choice for everyone.<sup>1426</sup>

Die Grundvoraussetzung für das Treffen einer (Aus-)Wahl, das heißt ihre Finanzierbarkeit, ist – so auch Yiannis Gabriel und Tim Lang unisono – in dieser Konsumideologie jedoch nicht eingeschlossen:<sup>1427</sup> Der Zugang zur Wahl heißt Geld. Geld bietet die Möglichkeit zur Wahl. Die Wahl zu haben bietet wiederum Freiheit; mit Geld kann frei gewählt werden. Die politische Rhetorik hatte sich jedoch von dieser logischen Realität – dem Faktum Geld – abgekoppelt und die Wahl als absoluten Wert betrachtet. Die Wahlmöglichkeit wird vorausgesetzt, weswegen sich diese quasi tautologisch immer wieder auf sich

<sup>1422</sup> Watkins, 172: Zusammen mit dem Kulturwissenschaftler und Landsmann Lawrence Grossberg führt Watkins auch den wesentlichen Unterschied, warum die Entwicklung der Neuen Rechten und ihr Erstarken in den USA im *Reaganism* und in Großbritannien im *Thatcherism* so anders verlaufen konnte, auf ihren unterschiedlichen Interaktionsmechanismus zurück: “[In the US the New Right] agenda operates in the conjunction of economics and popular culture rather than that of economics and the State.” Allerdings hat gemäß Watkins eben auch der “Staat” und sein bewusster Umbau bei der Implementierung der politischen Kultur des *Reaganism* eine tragende Rolle gespielt und dies im Bewusstsein der Neuen Rechten verankert.

<sup>1423</sup> Ebda., 12.

<sup>1424</sup> Ebda., 14.

<sup>1425</sup> Gabriel and Lang, 27.

<sup>1426</sup> Ebda.

<sup>1427</sup> Ebda., 31 f.

selbst als “Entscheidung zwischen einer oder mehreren Alternativen” zurückführen lässt. Die Ideologie “(aus-)wählen zu können” ist daher höchst zweckmäßig für Menschen, die Macht haben. Für Kennedy stellte die Wahl noch ein Mittel zur ökonomischen Entwicklung bzw. zum individuellen Glück dar.<sup>1428</sup> Für die Neue Rechte aber wurde die Wahlmöglichkeit als Manifestation der eigenen Freiheit zum Zweck und der Status der AmerikanerInnen als BürgerInnen mit dem *Reaganism* – über das Recht auf eine freie Wahl und zugunsten eines ungehemmten Wirtschaftsliberalismus – auf den Status von Konsumentinnen und Konsumenten reduziert.

#### *Wie konnte sich der ‘Reaganism’ als politische Kultur etablieren?*

Ausgangs- und Angelpunkt für die Etablierung der Reaganschen Machtverhältnisse und Verhaltensweisen sollten die sich seit Mitte der 1970er-Jahre verändernden Lebensumstände von Millionen von AmerikanerInnen sein. So sei Reagan – zeigt Watkins auf – am Anfang seiner ersten Präsidentschaft einerseits mit einer zunehmenden Distanz zwischen der Wertschätzung eines individuellen Unternehmertums und andererseits mit einem weit verbreiteten Misstrauen gegenüber dem Unternehmenskapitalismus konfrontiert gewesen.<sup>1429</sup> Auch seien viele, vor allem produzierende, US-Unternehmen im internationalen Vergleich rückständig und technologischer Neuerung gegenüber wenig aufgeschlossen und damit dem globalen Wettbewerb nicht gewachsen gewesen. Nach Watkins wurden diese Unsicherheiten im *Reaganism* in eine Reihe von positiven Imperativen verwandelt, um das “individuelle Unternehmertum” auf der Grundlage eines “unternehmerisch denkenden Staates” (*entrepreneurial state*) zum Zukunftsmodell der USA zu machen.<sup>1430</sup> Mit diesem (ideologisierten) Zukunftsmodell war die Notwendigkeit und Motivation für eine unternehmerische Restrukturierung gegeben. Der sich anbahnende wirtschaftliche Umstrukturierungsprozess der USA von einem klassischen Produktionsland zu einer Dienstleistungsgesellschaft und dessen Auswirkungen auf die amerikanische Bevölkerung sollten sich dabei im Nachhinein als wichtigste soziale Waffe bei der politischen Etablierung des *Reaganism* erweisen.

Wesentlich für die Etablierung einer Reaganschen Anschauungsweise war es daher, sich als Opposition zum herrschenden System zu positionieren, als eine Opposition, die angetreten war, den Amerikanerinnen und Amerikanern zu ihrem Recht auf eine bessere Zukunft zu verhelfen.<sup>1431</sup> Hierfür grundlegend sollte laut Watkins William Rushers und Irving Kristols pseudowissenschaftliche Darlegung einer “neuen” Klasse (*The New Class*) in der amerikanischen Gesellschaft werden:

A new economic division pits the producers – businessmen, manufacturer, hard-hats, blue-collar workers, and farmers – against the new and powerful class of nonproducers comprised of a liberal verbalist elite (the dominant media, the major foundations and research institutions, the educational establishment, the federal and state bureaucracies) and a semipermanent welfare constituency, all coexisting happily in a state of mutually sustaining symbiosis.<sup>1432</sup>

Interessantes Faktum war jedoch, dass die Mehrheit der AmerikanerInnen bereits dieser *New Class* der “nonproducers” oder eben der DienstleisterInnen angehörte. Aber gerade ob dieser neuen Alltagsrealität und des darin (noch) fehlenden Selbstverständnisses erkannten sich nach Watkins die meisten AmerikanerInnen im traditionellen, mythischen Amerikabild der hart arbeitenden, puritanischen Familie – wie es eben im *Reaganism* rhetorisch heraufbeschworen wurde – gerne wieder. So wurden Sehnsüchte nach einem persönlichen Idealzustand geweckt, den keine dieser “produzierenden” Gruppen zu besitzen glaubte, jedoch sehr wohl davon überzeugt war, ein Recht darauf zu haben. In der Folge wurden diese Sehnsüchte auch gesteuert.<sup>1433</sup> Mit der Formulierung einer solchen *New Class* wurde somit eine Logik der Selbstdefinition angewandt, die es Rusher und seinen Mitstreitern erlauben sollte, potenziell unterschiedliche Interessen gegen einen “gemeinsamen Feind” wie beispielsweise den “Yuppie” zusammenzuführen und sich als (scheinbare) Opposition zur herrschenden Macht zu positionieren.<sup>1434</sup> Dadurch sollte es, wie Watkins eindrucksvoll belegt, dem *Reaganism* gelingen, die bestehenden sozialen Machtverhältnisse neu zu definieren und mit eben jener hoffnungsweckenden Rhetorik zugleich die Grundlagen für die eigene erkonservative gesellschafts- und angebotsorientierte Wirtschaftspolitik zu legitimieren.

#### *Wie konnte sich dieses Konzept einer New Class über die Figur des Yuppies durchsetzen?*

---

<sup>1428</sup> Ebda.

<sup>1429</sup> Watkins, 185.

<sup>1430</sup> Ebda.

<sup>1431</sup> Vgl. auch ebda., 41 ff.

<sup>1432</sup> Ebda., 173 ff.

<sup>1433</sup> Ebda., 174 ff.

<sup>1434</sup> Ebda.

In meiner Argumentation zur gesellschaftspolitischen Etablierung der Reaganschen Ideologie stütze ich mich insbesondere auf die Auseinandersetzung des US-amerikanischen Soziologen und Kulturwissenschaftlers Paul Lyons mit dem Phänomen "Yuppie".<sup>1435</sup> Für Lyons ist der "Yuppie" in der amerikanischen Kultur einer der Schlüsselbegriffe bei der Formulierung einer *New Class*, da er aufzeigt, wie die AmerikanerInnen sich sehen bzw. eben nicht sehen wollten: Der Begriff "Yuppie" sollte damit (in-)direkt zum Spiegelbild Amerikas und seiner Situation in den 1980ern werden und darin eine "fehlende kritische Aufarbeitung des Erbes der 1960er-Jahre" belegen, weiter das "Wesen des amerikanischen Traums für die Mehrheit der Bevölkerung bzw. die moralische Integrität des neuen Unternehmenskapitalismus" in Frage stellen, ein auf "Flexibilität beruhendes Arbeits-/Lohnverhältnis" veranschaulichen und mit dem politischen Konservatismus auch ein "neu etabliertes diskriminierendes Klassen- und Statussystem" aufzeigen.<sup>1436</sup> Nach Lyons liege die kulturelle Bedeutung des "Yuppies" in seiner Aussagekraft in Bezug auf das sich seit Ende der 1970er-Jahre in und mit der Mittelklasse, von einer Industrie- zu einer (zunehmend digitalen) Dienstleistungsgesellschaft und späteren *New Economy* verändernde Amerika, was Lyons bewog, ein erstes Axiom seines Yuppie-Konzeptes zu formulieren: "It [the yuppie] reflects a no-win situation for the American middle class, held in contempt if boorish, equally subject to ridicule if cultured."<sup>1437</sup> Diese "no-win"-Situation der Mittelklasse in Amerika würde daher, so Lyons weiter, auf eine darunter liegende, ambivalente Haltung gegenüber dem Mittelklasse-Amerika allgemein hinweisen; die Verachtung für Yuppies würde daher ein populistisch geschürtes Misstrauen in der Mittelklasse selbst gegenüber dem wohlhabenden Teil der Mittelklasse (den Yuppies) reflektieren. Das wiederum würde auf die Arbeit der Yuppies zurückgehen, die – im Gegensatz zur traditionellen und mythisch tradierten harten manuellen Arbeit der Mittelklasse – unsichtbar und damit unberührbar war.<sup>1438</sup> Auch Patrick Bateman, ein Vertreter der reicheren "Yuppies", sehen die LeserInnen nie arbeiten:

Indem sie niemals bei der Arbeit gezeigt werden, entsteht der Eindruck, dass sie für die Unsummen, die sie verdienen, keine Leistung erbringen müssen. Die somit durch Aussparung erreichte Aussage des Romans spiegelt die reale Situation der 'automatischen' Kapitalanhäufung ohnehin schon Reicher durch steuerliche Begünstigungen wider.<sup>1439</sup>

Dieses automatische Kapitalwachstum durch die "unsichtbaren" Berufe an der Wall Street und durch Steuererleichterungen sollten auch Vorboten der *New Economy* in den 1990er-Jahren sein. Die Arbeit der Yuppies wurde also wegen ihrer "Unsichtbarkeit" von der Mittelklasse als "unproduktiv, parasitär und ihre Belohnung als unverdient" betrachtet.<sup>1440</sup> Lyons weist hierbei insbesondere auf einen implizit wirksamen Widerspruch in der Be- und Verurteilung der Machtverhältnisse in Amerika hin: Mit der Projektion einer moralischen Zweifelhaftigkeit auf Yuppies (in der Mittelklasse) – aufgrund ihrer "kosmopolitischen, selbstbezogenen und konsumorientierten Lebensweise" – sollte eine unbewusste Trennung von den wahren Reichen und Mächtigen im Unternehmenskapitalismus, die letztendlich für die Veränderungen im amerikanischen Leben verantwortlich waren (so sollten Yuppies nie wirklich die höchsten Ränge der Unternehmen oder eben sozialen Schichten erklimmen) stattfinden. Damit einher sollte eine allabendliche Glorifizierung der oberen Zehntausend in "Dynasty" (Der Denver-Clan) und "Dallas" oder in "Lifestyles of the Rich and Famous" gehen, was wiederum zu einer positiven Besetzung der dominierenden amerikanischen Oberschicht führen würde.<sup>1441</sup> Lyons zeigt weiter auf, dass die Herabsetzung der Yuppies, das sogenannte "yuppie-bashing", auch eine 'Gegenattacke auf die Bewegungen, Ereignisse und *counterculture* der 1960er-Jahre' darstellte, welche genau genommen die Vorherrschaft der Oberschicht durch ihren Anspruch auf die Demokratisierung der amerikanischen Gesellschaft bedroht hatte. Diese Gegenattacke selbst würde in der Art und Weise funktionieren, dass die Tatkraft und die Visionen der 1960er-Jahre als 'nihilistisch, destruktiv und vor allem als nostalgisch' porträtiert wurden.<sup>1442</sup> Jede ähnliche Initiative in den 1980er-Jahren wurde damit vorneweg eingebremst. *Yuppie-bashing* sollte, gemäß Lyons vierter These, auch ein 'wichtiges Element in der erfolgreichen konservativen Strategie der Stigmatisierung der weißen, wohlhabenden *liberals* als verachtenswerte Scheinheilige' sein.<sup>1443</sup> Durch kulturelle Konstrukte – wie das Porträtieren der Yuppies als "radical chic" (durch den Schriftsteller Tom Wolfe) oder deren pseudowissenschaftliche Darlegung als *New Class* – würden gemäß Lyons Wohlstand und soziales Gewissen bei Yuppies (künstlich) getrennt

<sup>1435</sup> Paul Lyons, "Yuppie: A Contemporary American Keyword," 111–22.

<sup>1436</sup> Vgl. auch ebda., 111.

<sup>1437</sup> Ebda., 113.

<sup>1438</sup> Ebda., 114.

<sup>1439</sup> Voßmann, 125.

<sup>1440</sup> Lyons, "Yuppie: A Contemporary American Keyword," 114–16.

<sup>1441</sup> Ebda., 115.

<sup>1442</sup> Ebda., 116 f.

<sup>1443</sup> Ebda., 117 ff.



werden. Das würde wiederum durch die unausgesprochene Annahme geschehen, dass alles, was mit den (aus republikanischer Sicht verachtenswerten) Ausschweifungen des Wohlfahrtsstaates der 1960er-Jahre zu tun hatte, eben gerade auf wohlhabende, gebildete Menschen, die sich für andere einzusetzen schienen, zurückzuführen war. Damit musste sich, so Lyons weiter, hinter dem sozialen Gewissen eines Yuppies vermutlich 'Selbstinteresse, Opportunismus, Schuld, Trendbewusstsein' und mehr verbergen. Yuppies waren also 'scheinheilig', weshalb den Yuppies das Image von "chilled yuppies" übertragen wurde. Beide, sowohl Lyons' beschriebene "chilled yuppies" der 1980er als auch Watkins Äquivalent der "spoiled children" der 1960er zeigen die Konstrukte, die beim Implementieren der Ideologie des *Reaganism* wesentlich halfen. Ronald Reagan vermochte als 'Great Communicator' hierbei sehr anschaulich bestehende Missstände und Ungerechtigkeiten sowie Zukunftsszenarien für das amerikanische Volk auf die Begründung "what went wrong" in the sixties" zurückzuführen und zu erklären. Dabei sollte er das Image eines Vaters aufbauen, dessen Aufgabe es war, diese "spoiled children" aus den 1960er-Jahren zu Erwachsenen zu erziehen: "*Reaganism* has embedded reconstruction in a politics of education for citizenship, linking economics with mass culture and with 'reform' proposals for institutional education. The image of the child-becoming-citizen, that is, conveniently locates the subject of educational policy."<sup>1444</sup> Damit sollte *Reaganism* nachhaltige die Beziehung zwischen den Staatsbürgerinnen und -bürgern und den USA bzw. ihrem Präsidenten prägen:

*Reaganism* then foregrounds a development from the multilevel attacks on the 'spoiled children' of the sixties that marked Reagan's terms in office, to both Bush's and Clinton's campaign visions of an entrepreneurial state charged with the responsibility for educating its 'forgotten-child' citizens and Perot's recent campaign that promised the ultimate politically educative technology available to everyone.<sup>1445</sup>

Für den konservativen Teil der Bevölkerung, der den sozialen Verfall Amerikas beklagte, beschwor Reagan zunächst eine mythische Vergangenheit herauf, *vor* der Zeit des Feminismus und *vor* dem "influx" (Zustrom) anderer gesellschaftlicher und ethnischer Bevölkerungsschichten. Auf dieser Grundlage vermochten die Republikaner, so Lyons, über die Figur des Yuppies erstmals einen konservativen Mythos zu formulieren und gleichzeitig ihre konservative Ideologie und Vorherrschaft auszubilden und im Denken der AmerikanerInnen zu verankern:<sup>1446</sup> So wurde die Mehrheit der amerikanischen Bevölkerung als "producers, hard-working, family people – those who don't protest (except for anti-abortionists, of course)"<sup>1447</sup> beschrieben und porträtiert und diesem kreierte Mythos in der (realen) amerikanischen Dienstleistungsgesellschaft die "Yuppies" als "alliance of parasites, upper-crust New Class intellectuals" gegenübergestellt.<sup>1448</sup> Liberale Demokraten wurden damit zugleich als Partei der (unmoralischen und gierigen) Yuppies diskreditiert und die Republikaner als die Partei des *Middle America* akkreditiert; wobei mit der republikanischen Ideologie zugleich impliziert blieb, dass Wohlstand von Natur aus konventionelle Unternehmenswerte und persönliche Eigennützigkeit benötigen würde. Durch dieses Umlenken von Rücksichtslosigkeit bzw. Maßlosigkeit auf die Status- und Lebensstilbezogenheit der Yuppies wurde auch die Aufmerksamkeit von den aktuellen Machtzentren – den multinationalen Unternehmen und der Wall Street – die zusammen mit *Reaganomics* für den Wirtschaftsumbruch und für die Verschlechterung der Lebensbedingungen der Mittelklasse verantwortlich waren – abgelenkt.<sup>1449</sup> In die Reagansche Rhetorik war immer das Recht des Einzelnen auf eine bessere Zukunft, die ihm aufgrund der "herrschenden" Machtverhältnisse verwehrt schien, verpackt. Watkins zeigt dabei anhand der zunehmenden Verarmung der amerikanischen Bevölkerung Ende der 1970er-Jahre auf, wie sich das Reagansche Denken als Erklärungskonzept für die zunehmende Armut durchsetzen konnte und maßgeblich zum ersten Wahlerfolg Ronald Reagans beigetragen hat. Ausgangspunkt hierfür war die Darstellung der Armut durch den neokonservativen Autor Irving Kristols im *Wall Street Journal* in den 1970ern als individuelle Einstellungssache:

Poverty as a human condition, as distinct from a statistical condition, is defined to a substantial degree by the ways in which one copes with poverty. [...] And what is true for the way one copes with poverty is also true for the way one goes about abolishing poverty.<sup>1450</sup>

Gemäß Kristols statistischer Berechnungen gäbe es, so Watkins, in New York City auch keine Armut mehr. Die Demokraten, welche sich für die Bekämpfung der Armut nach der Vision der *Great Society* einsetzten, kritisierten Kristols Darlegungen als Reduzierung dieses Themas auf einen puren

<sup>1444</sup> Watkins, 172.

<sup>1445</sup> Ebda.

<sup>1446</sup> Lyons, "Yuppie: A Contemporary American Keyword," 119.

<sup>1447</sup> Watkins, 172.

<sup>1448</sup> Lyons, "Yuppie: A Contemporary American Keyword," 118 f.

<sup>1449</sup> Ebda.

<sup>1450</sup> Irving Kristol, "The Poverty of Redistribution" in der Essaysammlung *Two Cheers for Capitalism* (New York: Basic Books, 1979) 241.

Geisteszustand. Was sie in der Reaganschen Rhetorik jedoch unterbewerten sollten, wie Watkins aufzeigt, war das Konzept des 'breadwinners', des (männlichen) Haupternährers, welches zum Angelpunkt der Reaganschen Ideologie wurde. Darin sollte der eigene Broterwerb als höchstes respektables amerikanisches Gut hochgejubelt werden und die Inanspruchnahme von staatlicher Sozialhilfe gleichzeitig höchste gesellschaftliche Ächtung finden:

Being a 'breadwinner' is the major source of self-respect for a man or woman working at tedious, low-paying job that offers few prospects for advancement. It is also the major source of such respect as he (or she) receives from family, friends, and neighbors. When welfare provides more generously for a family than a breadwinner can, he becomes a superfluous human being.<sup>1451</sup>

Trotz der diskriminierenden, respektlosen Benennung eines Sozialhilfe-Empfängers als "überflüssiges menschliches Wesen" würden sich viele Amerikanerinnen und Amerikaner in der beschriebenen Arbeitssituation wiedererkennen und hätten zudem das Gefühl vermittelt bekommen, dass ihnen eine bessere Zukunft verweigert wurde. Watkins:

The point is simply that the image became an expressive reality for a great many people who were necessarily thinking first in terms of relative disjunctions between expectations and realization, work and reward, in the immediate circumstances of their own lives rather than in terms of relations indices if poverty across a wide social spectrum. No explanation was likely to be convincing that couldn't register immediately and effectively that expressive reality.<sup>1452</sup>

Irving Kristols Bild der selbstverschuldeten Armut sollte ideologisch weiterentwickelt und wenig später in die Reagansche Rhetorik aufgenommen werden: "Meanwhile, there are many poor people (including of course blacks) in the country who are too proud to go on welfare, who prefer to work hard at low-paying jobs, earning less than if they had gone on welfare [...]"<sup>1453</sup> Abgesehen davon, dass dieses Argument rassistisch und sozial klassifizierend war, sollte es sich als Angriffsfläche für eine Diskreditierung der – von den Neokonservativen "gehassten" – *counterculture* eignen. Watkins: "Linked with the attack on welfare programs, this antipathy made 'the sixties' an available emblem of disproportion, and hence a means for the disposition of critique that could be used in multiple ways."<sup>1454</sup> Gemäß Watkins war damit die Behauptung impliziert, dass die "spoiled children" der 1960er-Jahre ebenso wie die "welfare patrons" der 1970er-Jahre glaubten, ein Recht zu haben, etwas gratis zu bekommen. Anstatt also der amerikanischen Bevölkerung für ihr Verhalten, "zu stolz zu sein, um Sozialhilfe in Anspruch zu nehmen", gönnerhaft auf die Schulter zu klopfen, wurde ihr – so Watkins – mit obiger Form der Kritik die "Möglichkeit" gegeben, sich die eigene (verschlechterte) Lebenssituation auf vielfältige Art und Weise selbst zuzuschreiben und vor sich selbst zu rechtfertigen. Damit würde sie – trotz sozialer Ungerechtigkeiten – nicht auf die Barrikaden steigen, Sozialhilfe beantragen oder das System für ihre (schwierige) Situation verantwortlich machen. Laut Watkins konnte eine solche (anerzogene) Geisteshaltung auch jeglichen Attacken bzgl. einer "antiintellektuellen" Politik standhalten, denn sie ließ sich äußerst flexibel und rhetorisch leicht ins Gegenteil verkehren:

[...] everybody has a capacity to be an intellectual; don't let anybody take it away who thinks they know more than you do; you're quite capable of working it out on your own. Assuming, of course, that you're not yourself a spoiled child, that you've measured what it means to be an adult and accepted the responsibility.<sup>1455</sup>

Durch ein solches Erklärungskonzept wurden die AmerikanerInnen zu einem Denken erzogen, bei dem die von Reagan propagierte Anschauung nicht mehr nach ihren Beweggründen und Mechanismen hinterfragt wurde, sondern immer mit der eigenen Lebensrealität verglichen werden würde. Mit ihrer Bestätigung in den sich real verschlechternden Lebensumständen schien sie für den Einzelnen begreifbar. Damit entwickelte sich eine Eigendynamik in der Erklärbarkeit der Veränderungen beim einzelnen Menschen; dieser war durch sein Recht auf eine bessere, aber ihm verwehrt Zukunft nun in diese Richtung "erzogen" worden. Watkins:

What *Reaganism* learned, in other words, was the strategic importance of an educational process that seemed to proceed not by trying to explain for anybody and everybody why a compelling image was compelling, but instead by constructing corroborative elaborations of the image that opened a space where people could continue to fashion and refashion explanations on their own, out of their own specific circumstances.<sup>1456</sup>

---

<sup>1451</sup> Ebda., 242.

<sup>1452</sup> Ebda.

<sup>1453</sup> Ebda.

<sup>1454</sup> Watkins, 177.

<sup>1455</sup> Ebda., 178.

<sup>1456</sup> Ebda., 177.

Eine Rückführung auf die Ursachen einer sozial ungerechten Gesellschaftspolitik wie Wirtschaftssituation auf die dafür verantwortliche Reagansche Regierungspolitik mit ihrer legitimierenden Machtkonzentration von (internationalen) Großunternehmen war dabei, so Watkins, vom ideologischen Erklärungskreislauf ausgeschlossen. Die katastrophalen sozialen Auswirkungen des wirtschaftlichen Umstrukturierungsprozesses in den 1980ern sollten paradoxerweise Reagans Rhetorik im Nachhinein gerechtfertigt erscheinen lassen: Mit den neuen, unsicheren Arbeitsplatzstrukturen einerseits und den Kürzungen der Sozialausgaben und Staatsbeihilfen andererseits waren mehr AmerikanerInnen denn je gerade auf eine Unterstützung durch den Staat angewiesen. Was von Reagan zuvor immer als (unangemessene) Einmischung des Staates in das Privatleben seiner BürgerInnen empfunden und angepriesen wurde, begann nun als vitale Verantwortlichkeit von Seiten des Staates proklamiert und auch so verstanden zu werden. Durch die (neue) Rolle des "Staates", der sich nun unternehmerisch denkend für seine BürgerInnen einsetzen müsse und würde, war das amerikanische Volk sukzessive in ein (neues) Kind-Erwachsenen-Verhältnis gedrängt worden. Watkins:

The disastrous effects of economic policies and the resistance to imposed moralities as a constraint on individual freedoms were transformed into what might be called by analogy a positive *cultural* entrepreneurship of the state. [...] 'The child,' in other words, became the perfect summary vehicle and image of *Reaganism's* developed form, the point of congruence between economics and morality, individual freedoms and state intervention, as the bearer of the future yet to come. As now the victim of always menacing 'dominant' forces, 'the child' is in need of rescue and care by those committed to a new and better future through the entrepreneurial state's cultural initiatives.<sup>1457</sup>

Wie sich *Reaganism* mit seiner Wegwerfmentalität zur vorherrschenden politischen Kultur in der amerikanischen Gesellschaft entwickeln konnte, zeigt Watkins mit Antonio Gramscis Hegemonie-Konzept<sup>1458</sup> auf. Demnach seien Hegemonie-Beziehungen erzieherische Beziehungen: "Every relation of 'hegemony' is necessarily an educational relationship."<sup>1459</sup> Beim Kapitalismus, einer Wirtschaftsform, die auf Veränderung begründet ist, bedeutet das, dass in der Veränderung die soziale Position – die Vorherrschaft der UnternehmerInnen – beibehalten und zugleich als natürlich und damit unabänderlich (das heißt jede Gegenposition unterminierend) empfunden werden muss. In einer kapitalistischen Gesellschaft werden daher die Narrative der Veränderung immer die soziale Position bestimmen. Die Ideologie des Sozialdarwinismus demonstriert beispielhaft, wie solche Narrative der Veränderung funktionieren: Im Sozialdarwinismus werden Geschichten der Veränderung, die in der Natur stattfinden, mit Geschichten, die im sozialen Bereich passieren, verbunden und damit ideologisch erzogen. Hierbei dient die natürliche Teleologie der Belohnung des Tüchtigeren (= Überleben des Stärkeren), die nach und nach auch auf sozialer Ebene als natürlich empfunden wird. Mit der Natur an sich, die im Prozess der Veränderung selbst unverändert bleibt, können damit Narrative sozialer Veränderung hermeneutisch untermauert und eine revolutionäre, soziale Veränderung von vornherein unterbunden werden. Was mit dem Kapitalismus einherging, war nach Watkins also eine breite Anerkennung des Narrativs "Fortschritt", welches mit der Notwendigkeit technologischer Innovation verbunden wurde.<sup>1460</sup>

Reagans Variante des Sozialdarwinismus bezeichnet Watkins als "technoideologisches Chiffrieren", wobei durch denselben Mechanismus, aber durch unterschiedliche Narrative bestimmte Konfigurationen sozialer Positionen erzieherisch tradiert werden. Der Begriff "technoideologisches Chiffrieren" bezieht sich – im Gegensatz zum sozialdarwinistischen Naturprinzip – auf den Bereich der Technik, worin Geschichten der Veränderung wie soziale Katastrophen nicht mehr mit einem biologisch bedingten Aussterben gleichgesetzt werden, sondern mit den Parametern des Überholten bzw. des Verschleißes erklärt werden. Das Überleben würde – so Watkins – nicht mehr an den Tüchtigsten bzw. Stärksten gemessen werden. Was das "Veraltete" bzw. das "Verschlissene" zu Relikten der Vergangenheit macht, sind die Innovationen der Gegenwart. Indem auf diese Art und Weise "Technologie" und "Ideologie" in einer "technoideologischen Chiffrierung" verbunden werden, kann mit dem Chiffrieren auch direkt in Veränderungen eingegriffen werden. Im Gegensatz zur Natur kann mit der Technologie kontinuierlich Veränderung produziert werden.<sup>1461</sup>

Technoideological coding permits the internalization of changing conditions as within the range of ideological signification from the beginning, with the result that dominant ideologies need not be expected to appear coherent and stable by means of freezing a temporarily existing configuration of social position under the sign of some universalized normative model. Rather than such adaption to

<sup>1457</sup> Ebda., 186 f.

<sup>1458</sup> Vgl. Strinati, 160 ff.

<sup>1459</sup> Antonio Gramsci in Watkins, 13.

<sup>1460</sup> Vgl. ebda., 13 f. Vgl. hierzu auch meine Ausführungen zur Entwicklung der Konsumkultur in den 1980er-Jahren in *Teil I zum Hyperkonsumismus* dieser Dissertation.

<sup>1461</sup> Vgl. Watkins, 2 ff.

new conditions made visible across a map of structural exchange between nature and the social field, positional dominance as technoideologically coded requires a continual production of new terms defining the social field.<sup>1462</sup>

Das einer “technoideologischen Chiffrierung” grundlegende Lehrnarrativ bei der Festlegung von sozialen Positionen liegt nach Watkins im Mythos vom Überleben, wobei die Tradierung der Machtstrukturen im Zeitbegriff der “technoideologischen Chiffrierung” selbst liegt.<sup>1463</sup> Die “technoideologische Chiffrierung” schöpft sich nämlich aus der Gegenwart, wobei das Kontinuum an technischen Innovationen (und neuen, jedoch nicht innovativen Produkten) die Gegenwart sofort zur Vergangenheit machen würde. Die technischen Innovationen wiederum hätten aber als Teil der Vergangenheit bei der Veränderung der Gegenwart keinen produktiven Anteil mehr. Der Schwächere (Untüchtigere) wird als veraltetes bzw. nicht mehr wesentlich produktives Element der Gegenwart angesehen.<sup>1464</sup> Dieses Lehrnarrativ zieht sich durch die politische Kultur des *Reaganism* und sollte grundlegend für die Etablierung einer Wegwerfgesellschaft sein, in der Menschen, die es nicht geschafft haben, an der Gewinn tragenden Macht der Veränderung teilzuhaben, als “Schwächere” angesehen werden.<sup>1465</sup> Überlebende werden dabei als Relikte wahrgenommen, die als sogenannte ‘throwaways’ und isolierte Bevölkerungsgruppen wie ethnische Minderheiten oder Kleinkriminelle nicht mit der Zeit gegangen sind:

Obsolescence involves conditions of both cultural and economic production *in the present*, not what has survived, uselessly, from the past, as obsolescence stories would have it. Throwaway populations are not the survival of the unfit, the waste of change. They are produced by and indispensable to present social organisations.<sup>1466</sup>

Da diese Überlebenden oder ‘throwaways’ die soziale Landschaft “verschmutzen”, bedurften sie in der Folge – so die Reagansche Auslegung – der besonderen Aufmerksamkeit von sogenannten “Aufräumgruppen”, womit nach Watkins auch die “Erweiterung des Gefängnis- und Polizeiapparates, die Etablierung von privaten Sicherheitsdiensten und die enormen Erhaltungskosten der Verwaltungsbürokratie in den 1980er-Jahren” legitimiert wurde: “Throwaways, as the populations of ‘urban ghettos’ for example, are simply now useless survivals from the past.” (3)

Diese Entwicklung hin zu einer Wegwerfgesellschaft, zeigt Watkins weiter auf, geht wiederum auf Reagans Erziehung der amerikanischen Bevölkerung zu Konsumentinnen und Konsumenten zurück: Mittels “technoideologischer Chiffrierung” wurde nämlich der Begriff “Klasse” als vorherrschende soziale Kategorie rhetorisch zu “mobilen, wechselnden Lebensstil-Identitäten” umfunktioniert.<sup>1467</sup> Insofern also die Konsumkultur die Narrative einer “technoideologischen Chiffrierung” einsetzt, bedarf sie beim natürlichen gewinnorientierten “Verdienst” keines verständlichen Legitimationsrahmens und muss seine Bedingungen und die sich herausbildenden Bestimmungen auch nicht rationalisieren und erklären. Mit dem erklärten “natürlichen” Recht der US-amerikanischen Bürgerinnen und Bürger auf eine freie (Aus-)Wahl wurde das Bürgertum auf ein “Konsumententum” reduziert. Das machte die “alten” sozialen Kategorien wie “Rasse” oder Geschlecht obsolet: “Technoideological coded narratives of social change are class-as-lifestyle narratives, which locate race and gender as still-surviving relics of a rapidly disappearing past.” (7) Dieses nun tradierte Denken führte dazu, dass bestehende Ungerechtigkeitsstrukturen als Relikte der Vergangenheit als nicht mehr existent und damit als nicht mehr veränderungswürdig betrachtet wurden. Die wahren Ursachen sozialer Diskriminierung würden damit, so Watkins’ Resümee, stets verschleiert bleiben.<sup>1468</sup>

*Reaganism* fand bei den liberalen Demokraten und radikalen Linken durchaus eine starke Opposition. Allerdings funktionierte diese Opposition weniger als notwendige Bremse in Richtung moderaterer Politik, sondern nutzte im Gegenteil als notwendiger, wenn auch “*distorted reminder that dominant power was somewhere else*” (180) der politischen Kultur des *Reaganism*. Die Implementierung des *Reaganism* – sprich die Durchsetzung einer Markt-Ideologie in allen Lebensbereichen – sollte nach Watkins dabei immer wieder durch die oben erklärte und tradierte ideologische Rhetorik funktionieren:

Learning from *Reaganism* is a matter of understanding the formation of a political agency capable of transforming that passive voice ‘common sense permits’ into an active intervention that initiates political change. *Reaganism* itself, that is, offers a certain model of escape from a very narrowly based

---

<sup>1462</sup> Ebda., 2.

<sup>1463</sup> Vgl. ebda., 15–40.

<sup>1464</sup> Vgl. ebda.

<sup>1465</sup> Vgl. ebda., 3.

<sup>1466</sup> Ebda.

<sup>1467</sup> Vgl. ebda., 7, 40–82.

<sup>1468</sup> Vgl. ebda., 7.

internal movement politics – caught in the dilemma of trying to balance ideological purity against pragmatic compromise – into a movement able to implement wide ranging policies across a vast number of social sectors. [...] *Reaganism* as I have argued remains the political common sense of the present.<sup>1469</sup>

In seiner Abschiedsrede an die Nation am 11. Januar 1989 fasste Reagan das Erbe seiner Präsidentschaft letztendlich folgendermaßen zusammen: “They called it the ‘Reagan Revolution’, and I’ll accept that. But for me, it always seemed more like the ‘great re-discovery’. A re-discovery of our values and our common sense.”<sup>1470</sup> Die Worte des ‘Großen Kommunikators’ belegen dabei exemplarisch Zusammenspiel und Wirkung von Mythos und Realität. Ronald Reagan starb am 5. Juni 2004 in Bel Air in Kalifornien im Alter von 93 Jahren (er erreichte das bislang höchste Alter eines US-Präsidenten) nach einer jahrelangen Alzheimer-Krankheit an einer Lungenentzündung.

Siehe *Teil I zum Hyperkonsumismus; Iran-Contra Affair* und *Bush, George*

### **Red, Hot & Blue**

Ein 1989 eröffnetes Barbecue-Restaurant in Washington, D.C., das vom Kongressabgeordneten und späteren Gouverneur von Tennessee, Don Sundquist, zwei weiteren Mitstreitern und dem Fernsehkorrespondenten Bob Friedman gemeinsam aufgebaut wurde. Nach einer Radioshow in Memphis benannt, wurde traditionelles, hausgemachtes Barbecue-Essen von Blues-Musik begleitet. Das Restaurant wurde sofort zum Treffpunkt von Menschen aus der Politik und für VIPs aus anderen Bereichen. Das Restaurantkonzept war so erfolgreich, dass es sich über das Franchising-Konzept ab 1990 US-weit verbreitete.

### **Redaelli**

Eine traditionelle italienische Konfektionsmarke für bürgerliche Kleidung des gleichnamigen Modeunternehmens aus Mailand, das weiter die Marke Redster führt und seit den 1980er-Jahren verschiedene italienische Modeschöpfer wie Trussardi, Fendi, Luciano Soprani usw. verpflichtet hat.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Redken**

Eine US-amerikanische Marke für Haarkosmetik an der 5<sup>th</sup> Avenue New York.

### **Reebok**

Eine 1958 gegründete englische Marke für Sportsschuhe, deren Name auf eine afrikanische Gazellenart zurückgeht. Die Erfindung des “Freestyle”, der ersten Aerobic-Schuhe, brachte 1979 den internationalen Durchbruch als Marke für Sportschuhe und für Sport- und Fitnessbekleidung mit der britischen Flagge im Logo bis 1986.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Reeves, George**

Ein US-amerikanischer Schauspieler namens George Keefer Brewer (\* 1914, † 1959), der seinen Durchbruch mit der kleinen Rolle als Stuart Tarleton im Filmklassiker *Vom Winde verweht* (1939) und im Fernsehen als Comic-Figur Superman hatte. Reeves’ Selbstmord ist bis heute ungeklärt.

### **Regency, The**

Ein sehr elegantes New Yorker Hotel an der Park Avenue mit dem Übernamen “Hollywood East”, welches seit den 1960er-Jahren Berühmtheiten aus Film und Aristokratie beherbergt. In den 1980er-Jahren wurde das Hotel für das “Power-Frühstück” berühmt, bei dem sich Yuppies mit ihren Geschäftspartnerinnen und -partnern trafen.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Reggae**

Ein traditioneller afrikanisch-karibischer Musikstil, der sich zusammen mit der Religion des Rastafarianismus auf Jamaika entwickelt hat und auch Elemente des R&B aus den USA enthält. 1963 wurde der Reggae von dem jungen Jamaikaner Jackie Mittoo aus den Musikstilen Ska und Rocksteady zusammengeführt und von Bob Marley und anderen MusikerInnen weltweit popularisiert. Reggae hat

---

<sup>1469</sup> Ebda., 204, 215.

<sup>1470</sup> Vgl. Reagans “Farewell Address to the Nation” am 11. Januar 1989 in *Actor, Ideologue, Politician: The Public Speeches of Ronald Reagan*, 323.

bis heute nicht nur die moderne (elektronische) Musik beeinflusst, sondern besitzt wegen seiner starken kulturellen Verankerung Breite und Entwicklungspotenzial.  
Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Rembrandt**

Eine hochpreisige US-amerikanische Zahnpasta-Marke zum Aufhellen der Zähne.  
Siehe *SCHÖNHEITSWAHN*

### **“Respect Yourself”**

Ein US-amerikanischer Hit (1987) aus dem Debütalbum *The Return of Bruno* des Schauspielers und Sängers Bruce Willis.  
Siehe *Willis, Bruce*

### **RESTAURANT-SZENE NEW YORK: Geschmack wird zur Mode in den 1980er-Jahren**

Die Zahl der Restaurants, die Patrick Bateman in *American Psycho* erwähnt, liegt bei etwa 150. Zusätzlich besucht Bateman noch etwa 20 (Nacht-)Clubs. Alle Lokale und Hotels (z. B. “The Carlyle”) gehören in das Spitzenfeld von “Kost und Logis” und waren, wenn nicht fiktiv, Teil der New Yorker Yuppie-Szene, die in kurzer Zeit viel erleben wollte: Für den Businessmann wie die Businessfrau waren Restaurants ideale Orte zur Abwicklung von Geschäftsbeziehungen; für Singles boten neben Partys vor allem Nachtclubs (auch diese veränderten ihren Charakter, von ehemaligen Hightech-Underground- zu themenbezogenen Dinner- bzw. Supper-Clubs mit Einlasskontrolle und VIP- und Restaurantbereich für Yuppies) die Möglichkeit, sich im Schutz des sozialen Umfeldes mit dem anderen (wie gleichen) Geschlecht zu treffen. Denn Zeit war grundsätzlich ein knappes Gut. Mit den erwähnten Restaurants vermag Bret Easton Ellis den Yuppie-Wahn des Ausgehens, welcher sich seit Mitte der 1980er-Jahre entwickelt hat, zu belegen und Entwicklungen im Restaurantsektor aufzuzeigen. Der *Zagat*-Restaurantführer bietet eine gute An- und Einleitung, um die in *American Psycho* porträtierte Szene zu verstehen. Von 1986–89 führt auch der Kritiker der *New York Times* Bryan Miller durch die Restaurant- und Clubszene zwischen Fifth Avenue und Irving Place und vom Union Square zur 23<sup>rd</sup> Street, schreibt Kritiken und vergibt begehrte Sterne und bestimmt damit über Auf- und Abstieg von Lokalen mit.<sup>1471</sup> Miller beschreibt in seinen Rezensionen nicht nur die verschiedenen Gerichte und deren Köchinnen und Köche, sondern auch die Einrichtungen der unterschiedlichen Restaurants, wie es eben auch Patrick Bateman tut, sowie angesagte Trends und ganz allgemein die Vielfalt der Welt der Küchen.<sup>1472</sup> 1986–89 erscheinen immer wieder Hintergrundartikel über die Entwicklung der klassischen kantonesischen Küche bis hin zum *Take Away* für Restaurants oder darüber, was israelische Restaurants bieten. Neben der feinen französischen *nouvelle cuisine* gibt es plötzlich Unmengen an *ethnic restaurants* (Trend seit 1985), die in *American Psycho* als “that new Salvadorian bistro” (S. 94), “a new Californian-Sicilian bistro” (S. 39), “an Italian-Thai place” (S. 63), “an Indian-Californian place” (S. 92), “a Korean deli” (S. 337), “a new superchic nouvelle Chinese restaurant that also serves, oddly enough, Creole cuisine” (S. 330) beschrieben werden und viele Sushi-Bars. Diese ethnischen Restaurants widerspiegeln den großen, vor allem aus Lateinamerika kommenden Zuwanderungsstrom Anfang der 1980er-Jahre sowie den zunehmenden Einfluss Asiens und belegen die Vereinnahmung ihrer Küche im Schmelztiegel (*melting pot*). Die mediterrane Küche Italiens wird zur verfeinerten regionalen *alta cucina* und zum Aushängeschild für gesunde und – wegen ihrer vielfach importierten Ingredienzen – hochpreisige Yuppie-Küche. Auch die italienische Pizza wird mit verschiedenen “exotischen” Belägen wie Trüffel oder Meeresfrüchten populär. Die regionale Küche der USA wird gehypt, wie die Schwemme an Restaurants im (Cajun-)Louisiana-Stil – siehe das “Texarkana” beispielsweise – in den 1980er-Jahren belegt und es entsteht die “neue amerikanische” Küche, die in Kalifornien mit der Verfeinerung von traditionellen Gerichten im französischen Stil ihren Anfang nahm. Das 1946 in New York City gegründete Culinary Institute of America (CIA) baut in den 1980er-Jahren verstärkt sein Ausbildungsprogramm in der Gastronomie aus und begründet weiter seinen Ruf als eine der besten Kochschulen der Welt; gleichzeitig setzen sich erfolgreiche Restaurantbesitzer im 1979 gegründeten italoamerikanischen Interessensverband Gruppo Ristoratori Italiani und weitere für Qualität, Regionalität und eine Neuinterpretation der jeweiligen Küche ein und bestimmen mit der Wahl ihrer Küchenchefs die Restaurant(r)evolution in New York in den 1980er-Jahren maßgeblich mit.<sup>1473</sup> Die Erwähnung der

<sup>1471</sup> Siehe hierzu alle Artikel, die in den Sammelbänden der *New York Times* von 1986–1989 (Library of San Diego State University, CA) unter den Einträgen “food”, “restaurant reviews” und “articles on latest trends in restaurant business” für New York City erschienen sind. Vgl. auch Jeffrey Steingarten, “Surveying New York’s Volatile Restaurant Scene,” *Vogue* (September 1990): 490–98.

<sup>1472</sup> Siehe die Sammelbände zur *New York Times* von 1986–1989.

<sup>1473</sup> Vgl. ebda.

McDonald's Restaurants verweist auf eine Wende, die unter anderem auf eine aggressivere Expansionspolitik der Restaurantkette zurückzuführen ist: 1986 plante McDonalds 500 neue Filialen zu eröffnen und damit eine Zahl von mehr als 9.400 Restaurants in Amerika zu erreichen. Auch die Niederlassung in nobleren Gegenden – die Fast-Food-Kette war in der High Society verpönt – war vorgesehen. So wurde im selben Jahr unter Protesten der dort wohnenden Bevölkerung der erste postmoderne, vom Architekten Charles Morris Mount geplante McDonalds unter dem Time & Life Building auf der 50<sup>th</sup> Street eröffnet. Damit wurde auch das Fast-Food-Restaurant McDonalds salonfähig gemacht.<sup>1474</sup> Zudem illustrieren die Textzitate in *American Psycho* – “Cranes’, the new Kitty Oates Sanders restaurant” (S. 161), “Carly Simon’s, a very hot J. Akail restaurant” (S. 180), “DuPlex, the new Tony McManus restaurant in Tribeca” (S. 137) oder “Rusty’s” (S. 180) – wie es für prominente Persönlichkeiten “in” wurde, eigene oder neue Lokale aufzumachen; aber auch hier “schwindelte” Ellis, indem er den Namen “Crane’s” verfälschte und das Restaurant Kitty Oates Sanders nicht seinem wahren Besitzer Valenti zuschob oder beim Musiker Tony McManus, dem er ein Restaurant zuschrieb. Aber auch andere Namenskreationen erscheinen täuschend echt, wie das heißbegehrte “Dorsia” oder “Barcadia” (eine Anspielung auf das existente Arcadia?), und sind nicht selten ein Zeitkommentar des Autors in *American Psycho*: “Pooncakes, the new Bishop Sullivan restaurant in Gramercy Park” (S. 221), “Vanities, the new *Evan Kiley* bistro in Tribeca” (S. 230), das “Ursula’s, the new *Philip Duncan Holmes* bistro in Tribeca” (S. 149) oder etwa das “Davis Francois restaurant on Central Park South” (S. 117). Das Lokal “Gotham Bar and Grill” (S. 176) gibt es als GOTHAM BAR & GRILL (12 E. 12<sup>th</sup> St., 620-4020) und gilt als “one of NY’s best” (*Zagat Guide* New York City 1991) gleich wie das kurzzeitig existente Sternerestaurant “Huberts”. Die sprachlichen Verweise auf “new” oder “abandoned” Restaurants (“Palaze, an abandoned restaurant”, S. 163) lassen wiederum Rückschlüsse auf die Frequenz des Auf- und Zumachens von Restaurants in New York City schließen, was die *New York Times* Ende der 1980er-Jahre folgendermaßen kommentierte:

1988 (1) NYT: New Yorker’s obsession with chic restaurants is starting to ebb; some restaurants say business has never been better but others have suffered; there have been 46 bankruptcy filings in first five months of 1988.

1989 (2) NYT: Decline in restaurant business in New York: it is linked to a wide variety of factors including hard times on Wall Street, excess of new restaurants in Manhattan, changes in tax law and new cachet of dining at home.

1989 (3) NYT: Trend in NYC and elsewhere toward lower-keyed restaurants that mirror shift in national dining mood: quieter and gentler restaurants with softer decor and lower price tags are replacing loud music, bright lights and hard edges of early 1980s.<sup>1475</sup>

Ellis spielt mit dem Erfahrungshorizont der LeserInnen von *American Psycho*, die das Romangeschehen wegen der vielen wieder erkannten, prominenten Namen und Lokale automatisch als authentisch identifizieren. Viele illustre Restaurantnamen sind jedoch fiktiv oder verweisen auf Romane, die zur Entstehungszeit von *American Psycho* (1986–89) erschienen sind; oder sie beziehen sich auf andere (politische) Ereignisse aus den 1980er-Jahren, die *American Psycho* wiederum gesellschaftspolitisch kontextualisieren wie etwa der Restaurantname “Libya”, der auf Reagans Regierungspolitik in Libyen verweist. Bateman trifft im Lokal “World’s End, a new club that opens in a space where Petty’s used to be on the Upper East Side” (S. 386) auf Harold Carnes, auf dessen Anrufbeantworter er seine Serienmorde gebeichtet hat. Das Textzitat verweist auf den 1988 erschienenen Roman *World’s End* von T. Coraghessan Boyle und auf einen Club namens “The World”. Das Restaurant “Counterlife” wiederum karikiert den 1987 erschienenen Roman *The Counterlife* von Philip Roth, das Lokal “Propheteers” die Konsumsatire *The Propheteers* von Max Apple: aber es kann auch als Kommentar des Autors über das Konsumstreben an sich gesehen werden, wenn das Zitat als Kombination von “prophetisch” und “nach Profit strebend” betrachtet wird. Der Restaurant-Hype in den 1980er-Jahren kann dabei als Allegorie für das Konsumieren und Konsumiertwerden stehen und für eine schnelllebige Zeit.

### Restless and Young

Eine Anspielung auf die US-amerikanische Fernsehserie “The Young and The Restless”, die 1973 das Format der Seifenoper revolutionierte. Das Drama dreht sich um die Rivalitäten, Romanzen, Hoffnungen und Ängste dreier Familiengenerationen (Newman, Abbott und Winters) in einer fiktiven Großstadt namens Genoa im Mittleren Westen der USA.

<sup>1474</sup> Ebda.

<sup>1475</sup> Alle drei Zitate stammen aus dem Sammelband der *New York Times*-Ausgaben von 1986–1989 (Library of the San Diego State University, CA) und zwar aus folgenden Artikeln: (1) June 29, 1988, Section C, Page 1 of the National edition “Signs of Satiation: In New York’s Appetite For Chic Restaurants”, (2) May 24, 1989, Section C, Page 1 of the National edition “New York Restaurants Struggle” und (3) August 9, 1989, Section C, Page 1 of the National edition “Dining: Lowering the Volume to a Murrur”.

### **Return of Bruno, The**

Ein Debütalbum (1987) des US-amerikanischen Sängers und Schauspielers Bruce Willis (\* 1955), dem 1988 die gleichnamige Musikfilmkomödie (Regie: James Yukich) mit Bruce Willis in der Hauptrolle des Sängers Bruno folgt. Im Stil eines Dokumentarfilms gedreht, wird der Einfluss des fiktiven Rocksängers Bruno in den 1960er-Jahren auf heute legendäre Stars aus jener Zeit wie Ringo Starr, die Bee Gees und Jon Bon Jovi erprobt.

Siehe *Willis, Bruce*

### **Rex**

a) Ein New Yorker Nachtclub mit Restaurant an der 6<sup>th</sup> Avenue in den 1980er-Jahren.

b) Der Name des Hundes des in den 1980er-Jahren regierenden US-Präsidenten Ronald Reagan, ein Kavalier King Charles Spaniel.

### **Rhodes, Walter**

Mit der Bemerkung "*the Canadian* Walter Rhodes" (AP 249) verweist Ellis mit einem Kunstgriff auf einen Kriminalfall in Florida Mitte der 1970er-Jahre. Bei einer routinemäßigen Highway-Patrouille eines Wagens mit vier schlafenden Personen, dem Paar Jesse Tafero und Sonia (Sunny) Jacobs und ihren zwei Kindern sowie deren Bekannten und Fahrer des Wagens Walter Norman Rhodes, Jr., einem bekannten Kriminellen, wurden ein Streifenpolizist sowie ein befreundeter kanadischer Schutzmann erschossen. Mittels Unterdrückung von Beweismaterial wie beispielsweise Rhodes Lügendetektortest und wegen der Befangenheit des Richters wurden Tafero und seine Frau für den Doppelmord zum Tode verurteilt. Ein Geständnis Rhodes Jahre später sowie dessen Widerruf und ein mehrmaliges Aufrollen des Falles in den 1980ern brachte keine Urteilsänderung und Tafero wurde durch einen Fehler bei der Hinrichtung auf dem elektrischen Stuhl grausam getötet. Ein neuerliches Aufrollen des Falles nach Taferos Tod 1992 durch Sonia Jacobs und die Freigabe von belastendem Material führte zu Rhodes Überführung als Mörder und zu Jacobs Freilassung nach 17 Jahren Haft.

### **Richel**

Eine spanische Luxusmarke für edle Halstücher, Schals und Accessoires mit einer einzigartigen Farbgebung sowie historisch verankerten Mustern. Hinter der Marke steckt ein Familienbetrieb, dessen Gründer Michel Catris 1988 für seine Leistungen in der italienischen Seidenindustrie der "Goldene Schlüssel" von Como verliehen wurde.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Ricotta**

Eine italienische Frischkäse-Spezialität aus Kuhmilchmolke, Schafs- oder Büffelmilch, die – wie der Name bereits impliziert – durch das zweimalige Erhitzen der Molke, welche beispielsweise bei der Herstellung von Mozzarella, Provolone oder Pecorino anfällt, durch eine chemische Reaktion ausfällt und dann abgeschöpft wird.

### **River Café**

Ein New Yorker Spitzenrestaurant seit 1977 mit kreativer, neuer amerikanischer Küche in Brooklyn und spektakulärem Blick auf die Skyline von Manhattan.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Rivera, Geraldo**

Ein US-Anwalt, Journalist und Fernsehmoderator (\* 1943), der wegen seiner sensationsheischenden Talkshow *Geraldo* und seiner kontroversiellen Themenwahl ab 1987 bekannt wurde.

Siehe *TALKSHOW in den 1980ern*

### **Rolex**

Ein Schweizer Uhrenmodell, die erste Armbanduhr und Uhrenmarke. Gründer der gleichnamigen Firma war der Deutsche Hans Wilsdorf. Die erste Rolex wurde 1910 ausgezeichnet.

### **Rolling Stone magazine**

Eine US-amerikanische Musikzeitschrift, die 1967 von Jann Wenner und dem Musikkritiker und -journalisten Ralph J. Gleason in San Francisco gegründet wurde, in den 1980er-Jahren nach New York City wechselte und dabei von einer vormaligen *counterculture*-Zeitschrift zu einem kommerziellen, am Mainstream orientierten Musikmagazin wurde.



### **Rolling Stones, The**

Eine britische Rockgruppe, die ihre steile und lange Karriere ab Mitte der 1960er-Jahre mit einer fast puristischen Bluesgrundlage begann und als Teil der "British Invasion" nach The Beatles den US-Markt eroberten. Wegen ihrer harten Art von Musik und ihres dekadenten Rockstar-Lifestyles berühmt, geliebt und gehasst, hat ihr Überlebenswille als Rockgruppe sie zur Legende gemacht. 1963 von Mick Jagger und Keith Richards, die sich seit ihrer Kindheit kannten, mit dem zweiten Gitarristen Brian Jones, dem Bassisten Bill Wyman und dem Drummer Charlie Watts gegründet, hatten die Rolling Stones in Großbritannien ihren Durchbruch zunächst als Bluesband, entwickelten sich aber bald mit dem *bad boy*-Image und einem ironisch zur Schau getragenen Machismus von Sänger Mick Jagger und Songs wie "(I Can't Get No) Satisfaction" sowie Pop- und Rock 'n' Roll-Einflüssen zur beliebtesten Rockband neben den Beatles, um sich Ende der 1960er-Jahre und in den 1970ern mit einer Reihe von Alben wie *Beggars' Banquet* (1968) und *Exile on Main Street* (1972) auf einen bluesunterlegten Hardrock einzuschwören. Das ausschweifende Partyleben und die Drogenexzesse Jagers sowie Richards Drogenabhängigkeit begannen sich auf die Musik der Rolling Stones auszuwirken, sodass ihre Alben in der Qualität variierten; das tat ihrer Popularität und ihren exzentrischen Livekonzerten aber keinen Abbruch. Ende der 1970er und Anfang der 1980er waren von internen Streitigkeiten über die Richtung der Band geprägt – Jagers Tendenz ging Richtung Pop und Richards wiederum wollte dem Rock 'n' Roll und Blues treu bleiben – und führte 1986 zu Jagers mäßig erfolgreicher Solokarriere und zum gemeinsamen Album *Dirty Works*. Jagers Weigerung, das Album auf einer Tour zu promoten, bewirkte wiederum einige Jahre Medienkrieg und persönliche Funkstille. 1989 kehrte Jagger wieder zu den Rolling Stones zurück, die im selben Jahr in die "Rock and Roll Hall of Fame" aufgenommen wurden. Das Album *Steel Wheels* 1989 und eine lange Konzerttour sollten die Welttourneen der Rolling Stones einleiten. Siehe *Jagger, Mick* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Rollins College**

Ein 1885 gegründetes, renommiertes privates US-College in Winter Park, Florida.<sup>1476</sup>

### **Rolodex**

Eine Rollkartei für Visitenkarten am Schreibtisch, die 1958 von Alfred Neustadter erfunden und von der US-amerikanischen Eldon Company als Handelsmarke registriert wurde. Die Marke dieses Rolling Index (= Rolodex) wurde dabei zum Synonym für eine "Visitenkarten-Kartei".

### **Roman Holiday**

Eine US-amerikanische Fernsehkomödie (1987, Regie: Noel Nosseck) mit Catherine Oxenberg (Prinzessin Elysa) und Tom Conti (Joe Bradley) nach dem gleichnamigen Original aus dem Jahre 1953, einer romantischen Hollywood-Komödie von William Wyler mit Audrey Hepburn und Gregory Peck in den Hauptrollen. Prinzessin Anne (Audrey Hepburn) nutzt einen offiziellen Besuch in Rom aus, um für einen Tag aus dem "Protokoll" ihres Lebens auszusteigen und wird dabei von einem amerikanischen Reporter, Joe Bradley (Gregory Peck), der zunächst eine Story wittert, begleitet. Doch dann verlieben sich beide ineinander.

### **Ronettes, The**

Eine US-amerikanische Girlgroup der 1960er-Jahre, welche vom Motown-Produzenten Phil Spector mit der Sängerin Veronica (Ronnie) Bennett (\* 1943, † 2022) produziert wurde. Bennett heiratete den Produzenten Spector und wurde als Ronnie Spector bekannt.

Siehe *Crystals, The* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Rose, Axl**

Ein US-amerikanischer Musiker und Frontmann der Hardrockband Guns N' Roses (\* 1962), der durch seine rohen und wilden Auftritte als wütender Vertreter des White Trash, der Tumulte bei seinen Liveshows provozierte, und als genialer Perfektionist in die Geschichte des 1980er-Hardrocks einging. Siehe *Guns N' Roses*; *MUSIK in den 1980ern* und *TALKSHOW in den 1980ern*

### **Royalton, The**

Ein postmodernes New Yorker Nobel-Hotel mit jahrhundertalter Tradition an der 44 West 44<sup>th</sup> Street mit einer von Philippe Starck gestalteten Vorhalle fürs "Lobby socializing". Das Restaurant 44 galt in den 1980er-Jahren als eines der besten der City.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

<sup>1476</sup>

Rollins College | Liberal Arts College in Winter Park, Florida, [www.rollins.edu](http://www.rollins.edu).

**Rubell, Steve**

Ein New Yorker Gesellschaftsmagnat und als Partner von Ian Schrager auch Mitbesitzer des legendären Studio 54, dem Club, der die Disco-Ära einleitete. Nach einer 13-monatigen Gefängnisstrafe (1981) wegen Steuerhinterziehung schafft Rubell, bei dem 1985 eine HIV-Infektion festgestellt wird, den Wiedereinstieg in die High Society nicht mehr; gepflegt von seinem Partner Bill Hamilton verstirbt er 1989 45-jährig an AIDS.

Siehe *Schrager, Ian*

**Rudolph, Blitzen, Donner**

Drei von zwölf Rentieren der Schlittengruppe des "Santa Claus", des Heiligen Nikolaus.

**Ruger Mini-14**

Ein halbautomatisches Sturmgewehr Kaliber 233 REM des US-amerikanischen Produktionsunternehmens Sturm, Ruger & Co., Inc. (seit 1949), von dem ab 1974 verschiedene Serien entwickelt wurden.

Siehe *WAFFEN in den 1980ern*

**Russian Tea Room, The**

Ein alteingesessenes New Yorker Spitzenrestaurant mit russischer Küche und nostalgisch-russischer Einrichtung neben der Carnegie Hall, das 2002 nach 70 Jahren Existenz schloss.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**Rusty's**

Ein New Yorker Restaurant an der Upper West Side, das in den 1980er-Jahren vom Baseballstar Rusty Staub – mit bürgerlichem Namen Daniel Joseph und mit dem Spitznamen "Le Grande Orange" – eröffnet und 1991 geschlossen wurde. Neben seiner langjährigen Baseballkarriere in verschiedenen US-Teams interessierte sich Staub vor allem für die Gourmetküche. Das Restaurant war für Steaks, Ribs und Fisch im Louisiana BBC-Style berühmt.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**S****Sade**

Eine britische Smooth-, Jazz-, Soul- wie R&B-Sängerin der 1980er-Jahre mit bürgerlichem Namen Helen Folasade Adu CBE (\* 1959) und nigerianischen Wurzeln. Die ausgebildete Modedesignerin, auch Fotomodell, begann ihre Gesangskarriere als Backgroundsängerin in verschiedenen Projekten wie unterschiedlichen Stilrichtungen. Ab 1981 tourte sie mit der achtköpfigen Funkband Pride. Als sie mit ihrer Stimme Aufmerksamkeit zu erregen begann, wurde sie zusammen mit einigen Pride-Mitgliedern unter Vertrag genommen. Ihr Debütalbum *Diamond Life* kam 1984 unter die Top Ten, dem folgte mit Hitsingles wie "Smooth Operator" ein kontinuierlicher Aufstieg bis "The Sweetest Taboo" aus *Promise* (1985) die US-Charts für sechs Monate anführte. 1986 erhielt Sade einen Grammy für "Best New Artist" und veröffentlichte 1988 *Stronger Than Pride*, ein Album, das Sades Soulpotenzial belegen sollte.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

**Saint Paul's College**

Eine private, vierjährige US-amerikanische Universität, gegründet 1888 als Saint Paul's Normal and Industrial School in Lawrenceville in Virginia für AfroamerikanerInnen, mit geisteswissenschaftlicher und naturwissenschaftlicher Ausrichtung und Verbindung zur Episkopalkirche.<sup>1477</sup>

**Sake**

Eine japanische Sammelbezeichnung für alkoholische Getränke, die vorwiegend aus vergorenem Reis hergestellt werden. "Reiswein" enthält mindestens 15 % vol. Alkohol, wird ähnlich wie Bier gemacht und je nach Qualitätsstufe eher heiß (durchschnittlich) oder kalt (hochwertig) serviert.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

---

<sup>1477</sup> Saint Paul's College, [www.saintpauls.edu](http://www.saintpauls.edu) (404 Not Found).

**Saks Fifth Avenue**

Eine noble Kaufhauskette mit Stammsitz an der Fifth Avenue in New York City.  
Siehe *SHOPPING*

**Salomon Brothers**

Ein US-amerikanisches Maklerunternehmen Salomon Inc. Securities in New York, das in den 1980er-Jahren aufgrund des internen "Falschspiels" ihres Generaldirektors Paul Mozer, der der US-Regierung ein Kaufinteresse für Schuldverschreibungen vortäuschte, in die Schlagzeilen geraten war.

Siehe *Gutfreund, John*

**Salton**

Ein US-amerikanisches Unternehmen, das in den 1980er-Jahren im Design, Marketing und Vertrieb von verschiedenen Markenküchengeräten wie Grill, Toaster, Entsafter etc. führend war.

**Salvation Army**

Eine 1865 in London gegründete, international agierende christliche Freikirche mit ausgeprägter sozialer Aktivität für die Notleidenden oder für "Ausgestoßene" wie Drogensüchtige, Prostituierte und Straßenkinder. Die Einnahmen von Salvation Army-Chorauftreten an Feiertagen und die Einnahmen der gleichnamigen Gebrauchtwarenläden tragen zur Finanzierung der Heilsarmee-Tätigkeiten bei.

**San Francisco**

Eine US-amerikanische Weltstadt mit europäischem Flair, auf den Hügeln der San Francisco-Halbinsel am Pazifischen Ozean gelegen und viertgrößte Stadt im Bundesstaat Kalifornien. Nach Franz von Assisi, dem Heiligen Franziskus, benannt, gilt die ehemalige Missionstadt als Schmelztiegel und Auffangbecken für Andersdenkende und Paradies für Gourmets.

**San Juan**

Hauptstadt des Freistaates Puerto Rico, der kleinsten und östlichsten Insel der Großen Antillen, die seit 1952 den Status eines nicht inkorporierten (= assoziierten) Außengebietes der USA hat.

**San Pellegrino**

Eine hochpreisige italienische Mineralwasser-Marke, die über das Gesundheitsbewusstsein der Yuppies ihren Einzug in die USA fand.

**Sansui**

Ein japanisches Unternehmen, das seit 1947 Audio-Produkte herstellt. Der Name bedeutet "Berg und Wasser". Die Marke hatte zwischen Ende der 1970er- und Mitte der 1980er-Jahre ihren weltweiten Durchbruch.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

**Santa Fe Grill Restaurant**

Ein alteingesessenes Restaurant in der New Yorker Bronx mit traditioneller amerikanischer Küche aus dem Südwesten und mexikanischen Einflüssen wie Margaritas zu erschwinglichen Preisen.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**Sarah Lawrence College**

Ein exklusives, privates US-College nach britischem Vorbild in Bronxville (NY), das 1926 zunächst nur für Frauen gegründet wurde und seit 1968 für alle offensteht, die sich im liberalen Geiste weiterbilden wollen.<sup>1478</sup>

**Sartre, Jean-Paul**

Ein französischer Philosoph und Schriftsteller (\* 1905, † 1980), Widerstandskämpfer, Lebenspartner von Simone de Beauvoir und Begründer des französischen Existenzialismus, worin der Einzelne in einer grausamen und gottlosen Welt zur Freiheit verurteilt sei und damit Selbstverantwortung für sich und seine Handlungen trage. Bret Easton Ellis präsentiert mit *American Psycho*, worin er immer wieder direkt wie indirekt auf Sartre verweist, eine Welt, in der Gott durch die Ideologie/Religion des Hyperkonsumismus ersetzt wurde. Und er weist den Leserinnen und Lesern seines Romans durch die

---

<sup>1478</sup>

*Welcome to Sarah Lawrence College, [www.sarahlawrence.edu](http://www.sarahlawrence.edu).*

Lektüre und den Umgang mit der porträtierten Welt darin auch klar "Selbstverantwortung" beim Konsumieren des Gelesenen zu.

Siehe *Teil III über American Psycho*

### **Sashimi**

Eine japanische Speise mit frischen rohen und mundgerechten Fischfilet-Streifen, die mit Sojasauce und Wassermeerrettich (Wasabi) gegessen wird.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Savile Row**

Eine traditionelle Straße des Schneiderhandwerks in London, GB, wo sich die "Reichen und Schönen" seit zweihundert Jahren ihre Anzüge maßschneidern (*bespoke tailoring*) lassen.

### **Savoy**

Ein exklusives New Yorker Restaurant, das sich auf die neue amerikanische Küche mit mediterranen Einflüssen spezialisiert hat.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Savoy Taylors Guild**

Eine britische Qualitätsmarke für Herren-Konfektionskleidung.

### **Scaasi, Arnold**

Ein kanadischer Modeschöpfer der Haute Couture (\* 1930, † 2015), dessen Mode mit ihren tiefen Ausschnitten und Federn bzw. Pelz beschmückten Stoffen ein edles Image vermitteln sollte und First Ladies von Marie Geneva ("Mami") Eisenhower bis Laura Bush und VIPs wie Ivana Trump schmückte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Scali**

Ein New Yorker Brüderpaar mit italienischen Wurzeln, Salvatore Finn (\* 1930, † 2016) und Vincent (James), das als Scali Tailors und später als "Scali" für maßgeschneiderte traditionelle Herrenanzüge in den 1980er-Jahren geschätzt wurde.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Scharffenberger**

Eine seit 1981 existierende Top-Sektmarke aus Nordkalifornien, USA.

### **Schat**

Siehe *Sohat*

### **Schnabel, Julian**

Ein US-amerikanischer Maler (\* 1951) und Filmemacher, der für seine charakteristische Form des Scherbenbildes, des "plate paintings", bei dem Tellerscherven aus Keramik mosaikartig über die Bildfläche verteilt werden, berühmt wurde. Seine bizarren Materialbilder, inspiriert durch den Spanier Antoni Gaudí, waren in den 1980er-Jahren sowohl in den USA als auch in Europa sehr erfolgreich.

Siehe *KUNST in den 1980ern*

### **SCHÖNHEITSWAHN: Die Vermarktung der Männlichkeit beginnt in den 1980er-Jahren**

Patrick Batemans Liste an Kosmetikartikeln in *American Psycho* belegt den Durchbruch der Kosmetika für Männer in den 1980ern und den seit damals herrschenden männlichen Schönheitswahn mit seinen Auswüchsen aufgrund des Glaubens zur Machbarkeit des eigenen Körpers. Die Zielgruppe für die verschiedenen Männerparfüms, Zahnpasten, Duschgels usw. war genau nach Alter und Imagetyp differenziert. Ein Herrenduft fand sich plötzlich nicht nur als Rasierwasser, sondern auch als Duschgel und Creme wieder: Ein Imagetyp wurde breit, über die ganze Kosmetikpalette, vermarktet. Die Vermarktung fand vor allem auch über den Preis – von *no name*-Produkten zu verschiedenen preislich differenzierten Markenprodukten statt. Um den Überfluss an Kosmetikprodukten und auch Entwicklungen in der Kosmetikbranche sprachlich zu transportieren, hat Ellis einige Kosmetikartikel mit Zusatzinformationen versehen (*Foltene European Supplement* oder *Probright tooth polisher*) oder etwa die Namen der Unternehmen mit ihren Produkten vertauscht (die Firma *Redken* mit ihrem Produkt *Vivagen*); Batemans Zahnpasta ist nur e i n Schönheitsdiktat, dem sich der Yuppier-Protagonist "freiwillig" unterworfen hat und welches Ellis folgendermaßen karikiert: Bateman benutzt ausschließlich

die Zahnpasta namens *Rembrandt*. Diese real existierende und durchaus auch in Supermärkten erhältliche Zahnpasta wird als "weiß" machende Zahnpasta 3-4-mal teurer als andere Zahnpasten ihrer Sorte verkauft. Die Zahnpasta *Rembrandt* wurde mit folgendem Slogan beworben: "When used twice a day, everyday, Rembrandt, can whiten even clean teeth by up to two shades (clinically proven, but only if brushed as indicated!) [...] There is even a Rembrandt formula for every need (from 5 up to 13 shades whiter teeth)." Abgesehen davon, dass ein Aufhellen der Zähne nach unterschiedlichen Weißstufen wissenschaftlich nicht gesichert ist, ist der Verweis auf den Namen *Rembrandt* nachvollziehbar: Der niederländische Maler aus dem 17. Jahrhundert war nämlich ein Meister des Chiaroscuro, der Darstellung von Licht und Schatten in seinen Bildern, viele davon waren (Selbst-)Porträts: Für Rembrandt war der Gesamteindruck eines Bildes wichtiger als seine Details; so verdunkelte der Schatten eines Farbtons durchaus den angrenzenden Farbton in seiner Helligkeit. Das Beispiel Zahnpasta belegt zusammen mit weiteren, im Text erwähnten Kosmetikartikeln die starke Produktdifferenzierung und breite Vermarktung, die im Zeitalter des Hyperkonsumismus stattgefunden hat:

[...] a pre-brushing dental rinse, floss, ice-pack mask, deep-pore cleanser, facial mask, face-scrub, water-activated gel-cleanser, body-scrub, exfoliating scuffing lotion, shampoo, conditioner, nutrient complex, mousse, moisturizer, alcohol-free antibacterial toner, emollient lotion, clarifying lotion, anti-ageing eye-balm, protective lotion, etc. (AP 26)

Patrick Bateman benutzt übrigens ausschließlich den Herrenduft "Polo" von Ralph Lauren, der teuer und exklusiv ist und "etablierte" Männer ansprechen soll.

### **Schrager, Ian**

Ein US-amerikanischer Designer (\* 1946) und Mitbesitzer des früheren Variété-Theaters und legendären New Yorker Nachtclubs Studio 54 an der West 54<sup>th</sup> Street. Mit dem Club und seinem Mix an Celebrities aus Mode, Musik und Schauspiel wurde Schrager zwischen 1977 und 1979 zur amerikanischen Pop-Ikone. Als Gründer des berühmten Palladium-Nachtclubs Ende der 1970er-Jahre zählte Schrager auch sofort zur Yuppie-High Society. Seinen aufwändigen Lebensstil finanzierte er sich unter anderem mit Kokainhandel und Steuerhinterziehung (von mehr als 2,5 Millionen US-Dollar), für die sowohl Schrager als auch sein Partner Steve Rubell für 13 Monate inhaftiert wurden. Als Architekt und Besitzer der Luxushotels Royalton, Morgans, Paramount und Hudson veränderte Schrager die Hotellandschaft in New York mit dem Konzept der individuell zugeschnittenen Boutique-Hotels.

Siehe *Rubell, Steve*

### **Schwinn**

Eine US-amerikanische Fahrradmarke der gleichnamigen Bicycle Company.

### **Scooby-Doo**

Eine US-amerikanische Zeichentrickserie am Samstagmorgen auf CBS ab 1969, die 1976 dann in verschiedenen Formaten und mit unterschiedlichen Titeln von ABC übernommen und bis 1986 ausgestrahlt wurde. Hauptcharaktere sind Scooby-Doo, eine ängstliche bis feige Deutsche Dogge und seine vier Teenagerfreunde. Der Name wurde von Fred Silverman in Anlehnung an Frank Sinatras Zeile "Scooby-dooby-doo" aus "Strangers in the Night" übernommen. Diese Phrase geht wiederum auf das "Scat singing", eine typische Vokalisierung in der Jazzimprovisation zurück.

### **Sea Breeze**

Ein US-Cocktail auf Wodka-Basis mit Preiselbeer- und Pampelmusensaft auf Eis(würfeln).

### **Seaport, South Street**

Eine Gegend in Manhattan um den historischen Fulton Fishmarket seit 1821 mit dem Pier 17, auf dem sich ein Museum, ein Freizeitpark und ein Einkaufszentrum befinden.

### **Secret of My Success, The**

Eine US-Yuppie-Komödie (1987, Regie: Herbert Ross) mit Michael J. Fox als Brantley Foster alias Carlton Whitfield in der Hauptrolle. Ein junger, talentierter Mann kommt von Kansas nach New York, um dort sein Glück zu machen. Mittels seines reichen Onkels erhält er eine Stelle in dessen Unternehmen, wo er sich hocharbeiten kann. Um vor seiner großen Liebe das Gesicht zu bewahren, täuscht er als Carlton Whitfield eine gehobene Position im gleichen Unternehmen vor.

Siehe *YUPPIE* und *Fox, Michael J.*

### **SELBSTENTFREMUNG: Der Markt bestimmt das eigene Ich in den 1980er-Jahren**

Auf die krasse Selbstentfremdung des Menschen im Hyperkonsumismus verweist Ellis bereits vor Textbeginn von *American Psycho* mittels Epiphanien aus der russischen Literatur am Ende des 19.

Jahrhunderts und Texte aus der US-amerikanischen Populärkultur am Ende des 20. Jahrhunderts. Es sind Texte, die im Zeitraum von 100 Jahren nicht nur das Phänomen "Selbstentfremdung" illustrieren, sondern auch die Entwicklung des Menschen in einer industrialisierten, zunehmend verstädterten Welt hin zur Konsumentin bzw. zum Konsumenten in einer digitalen Dienstleistungsgesellschaft aufzeigen. Diese dekontextualisierten Passagen aus Literatur und Populärkultur scheinen den Leserinnen und Lesern zunächst Anhaltspunkte für eine spätere Charakter-Erklärung in *American Psycho* zu geben: Die Epiphanie zum Textestieg, eine Passage aus den *Aufzeichnungen aus dem Kellerloch* des russischen Schriftstellers Fjodor Dostojewski (\* 1821, † 1881), weist auf die Fiktionalität eines "devianten" Verfassers (und Notizen aus seinem Leben) hin, aber auch auf seine Existenzberechtigung als Produkt der Gesellschaft. Die Knigge-Kolumne "Miss Manners" von Judith Martin aus den 1980ern deutet wiederum auf das Scheitern des Rousseauschen Gesellschaftsmodells mit seiner "Zurück zur Natur"-Formel in den 1960ern hin und betont die Wichtigkeit von zivilisierten Umgangsformen beim Reglement einer Gesellschaft, da ein "zivilisiertes" Verhalten schlussendlich eine "Kultur" ausmachen würde. Die Liedzeile "And as things fell apart / Nobody paid much attention" der Talking Heads, das Schlusslicht bei den Epiphanien, impliziert wiederum soziale Indifferenz beim Zerfall in das postmoderne Chaos. Eine Kontextualisierung dieser Epiphanien bringt jedoch eine andere Realität zutage, an der sich ein gesellschaftspolitischer Pessimismus bzw. eine Kulturkritik von Seiten des Autors festmachen lässt: Es ist der Verlust eines Beziehungsgefüges zwischen dem Individuum, sich selbst und der Gesellschaft – die völlige Entfremdung voneinander. Ellis "devianter" Charakter – als Serienmörder ein Phänomen unserer Zeit – lässt sich im Gegensatz zur religionsphilosophischen Anschauung Fjodor Dostojewskis bezüglich seines "underground man"-Archetyps eines modernen Antihelden – nicht erklären oder an Schuldgefühlen festmachen; bei Dostojewski hat der Antiheld seine "Isolation" im existentialistischen Sinne frei gewählt. 100 Jahre später sollte Ellis mit seinem Serienmörder-Yuppie-Protagonisten Patrick Bateman in *American Psycho* die Unmöglichkeit einer freien Wahl und zugleich die absolute Selbstentfremdung durch Verdinglichung menschlicher Beziehungen in einem "Konsumentenleben" illustrieren:

Within consumer capitalism we are offered a surfeit of commodities, an abundance of commodity choices, but this image of plenty is illusory. Our desires are mediated by ideas about roles and lifestyles which are themselves constructed as commodities and our 'choices' are propelled by these constructs. In a world in which the only relations are economic, we remain alienated from any 'authenticity' of choice or desire. Patrick has been so fragmented and divided by his insane consumerism that he cannot 'exist' as a person.<sup>1479</sup>

Als extremes Beispiel eines Konsumenten jedoch kann Patrick Bateman sehr wohl existieren. Neben formalen und stilistischen Parallelen waren beide Texte, Dostojewskis *Aufzeichnungen aus dem Kellerloch* und Ellis' *American Psycho* für ihre Zeit radikal und unorthodox. Ellis entblößt auch die "heil" geglaubte Welt der öffentlichen Meinungs- und Selbsthilfeinstitution "Miss Manners": Gute Manieren und ein zivilisiertes Verhalten – exemplarisch in einer Gesellschaft, die sich nur an Äußerlichkeiten orientiert porträtiert – "schützen" diese nicht vor mörderischen Impulsen, sondern das repressive und aggressive Individuum darin. Der französisch-schweizerische Schriftsteller Jean-Jacques Rousseau (\* 1712, † 1778) hatte mit seiner durch ihren Kulturhass einflussreich gewordenen Schrift "Discours sur les sciences et les arts" (1750) die naturalistische Bewegung der 1960er-Jahre initiiert; allerdings sollte er deren Parole "Zurück zur Natur" selbst nie verwendet haben.<sup>1480</sup> In besagter Schrift hatte Rousseau "einen glücklichen naturhaften Urzustand der Menschheit konstruiert, aus dem diese durch Vergesellschaftung und Wissenschaft ins Verderben gestürzt war."<sup>1481</sup> Für Rousseau war der "natürliche" Mensch gut, aber nicht tugendhaft. Trotz seiner Egozentrik besaß der Mensch als "perfekte" Spezies die Fähigkeit, Kultur und Gesellschaft zu schaffen und damit Geschichte zu machen. Seine anthropologischen Studien haben Rousseau jedoch schlussendlich zur Überzeugung gebracht, dass sich das soziale Zusammenleben radikal auf die menschliche Psyche ausgewirkt hatte. "Nonaggressive *amour de soi* ('self-love') turned into aggressive *amour-propre*, competitive hostility, a state of war among men, exploitation of others for self-aggrandizement, the hypocrisy of masks and roles that falsify communication."<sup>1482</sup> Rousseau schlussfolgerte daraus, dass der Mensch in der Gesellschaft "natürlich" schlechter sei als tugendhaft und sein Selbstinteresse im "natürlichen" Widerspruch zum Gemeinschaftsinteresse stehen würde. Das soziale Leben sei deshalb von der Entfremdung des Menschen von der Natur, voneinander und von seinem "authentischen" Selbst gekennzeichnet. Den Ausweg sah Rousseau nicht – wie allgemein geglaubt – im "Zurück zur Natur", sondern in der Schaffung

<sup>1479</sup> Young in *Shopping in Space*, 104.

<sup>1480</sup> Vgl. *Brockhaus Enzyklopädie* (Wiesbaden: F. A. Brockhaus, 1973) 175 als Grundlage für den Eintrag. Ebda.

<sup>1482</sup> Lester C. Crocker über "Rousseau, Jean Jacques" in *Encyclopedia Americana* (Danbury: Grolier Incorporated, 1993) 812–13.

eines Idealstaates. Allerdings mahnte Rousseau, sich an die jenem Urzustand zugeschriebenen Werte wie Freiheit, Unschuld, Tugend zu erinnern. In seinem Werk *Contrat Social* (1761) setzte der politische Philosoph anstelle des einst gepriesenen freien Naturmenschen damit den politisch mündigen Bürger, der “durch willentliche Abtretung seiner Naturfreiheit an einen Kollektivwillen” einen idealen Staat schafft.<sup>1483</sup> Die dritte Epiphanie, die den Anfang von *American Psycho* kennzeichnet – das Musikzitat der New Wave-Gruppe Talking Heads (der Name der Musikgruppe ‘Sprechende Köpfe’ bezieht sich bezeichnenderweise auf das Fernsehen) – setzt sich als Zeitkommentar indirekt mit Rousseaus Theorie und dem von “Miss Manners” interpretierten Reglement auseinander. Im zitierten Lied “(Nothing but) Flowers” besingt David Byrne der Talking Heads allerdings nicht den Zerfall einer heilen, naturbelassenen Welt, sondern im Gegenteil die Ambivalenz zweier Liebender (Adam und Eva) im Paradies, in einer Art dystopischen Utopie nach einer positiven Apokalypse, nachdem die Bauwerke und Errungenschaften der Zivilisation ausgelöscht wurden. Unerwartet und befremdet sehen sich die beiden Liebenden mit dem Urzustand konfrontiert, nachdem “alles (Zivilisatorische) auseinandergefallen ist und niemand sehr darauf geachtet hat” (Liedzitat). Adam fleht Eva an, ihn dort nicht seinem Schicksal zu überlassen, denn “I can’t get to this lifestyle” (Liedzitat), was wiederum die völlige Entfremdung des Menschen von der Natur zeigt und den Erzählerprotagonisten Patrick Bateman als “Produkt” des Hyperkonsumismus kontextualisiert.

### **SELBSTHILFE-BOOM: Lebensregeln “to go” in den 1980er-Jahren**

In den 1980er-Jahren gab es ein gesteigertes Interesse und eine Überschwemmung des Marktes mit Büchern, die Methoden und Möglichkeiten zur Selbsthilfe propagierten und Rat in einer zunehmend entfremdeten Konsumkultur anboten. Diese Selbsthilfe-Ratgeber, auch “How to”-Bücher genannt, sind Teil der amerikanischen Populärkultur<sup>1484</sup> und gründen auf dem typisch amerikanischen Glauben an die Möglichkeit des einzelnen Menschen, sich und sein Leben – mit oder ohne Hilfe Gottes – zum Besseren zu verändern: “[it is] an insistent and perdurable faith in the possibility of the solitary individual doing something, with or without divine aid, to alter significantly one’s own physical, social, economic, or psychic circumstances.”<sup>1485</sup> Dieses Ideal der Selbsthilfe mit seinen Ursprüngen im puritanischen New England bildet die Grundlage des Mythos vom amerikanischen Traum, der in der Geschichte Amerikas als Nation seither nicht nur bindend wirkte, sondern im Laufe der Jahrhunderte auch die unterschiedlichsten Verkörperungen fand – “von den mutigen puritanischen Vorfahren zu Benjamin Franklin, den Wildwest-Pionieren, Blockhütten-Präsidenten und Cowboys als Retter bis zu den *Selfmade*-Unternehmern, mystischen Gurus sowie religiösen Heilern.”<sup>1486</sup> Die Geschichten dieses populären Mythos werden bis heute unterschiedlich formal tradiert und finden sich in Volksmärchen, Predigten, Detektivromanen, Fernsehserien, Werbeanzeigen, in Filmen und Popsongs sowie in Ratgeberkolumnen wie “Miss Manners” von Judith Martin oder Beratungsbüchern, wie sie Patrick Bateman in *American Psycho* erwähnt, wieder: Die ersten beiden Buchtitel, die Bateman aufzählt, sind in den 1980ern auch tatsächlich unter demselben Titel erschienen. Synopsis und Bewerbung des Buches *How to Make a Man Fall in Love With You* (1984), dem real existierenden Ratgeber von Tracy Cabot, durch den Internet-Buchvertrieb amazon.com zeichnen ein prägnantes Bild des “Machbarkeitsglaubens und -drucks” der 1980er-Jahre:

A revolutionary new, scientifically tested and proven method for finding true love effortlessly. A national bestseller, this is the fail-proof, fool-proof, tried-and-true method for finding a mate for life. From the Publisher: Forget about learning how to make love to a man. First you have to learn how to make a man fall in love with you. Yes, you can do it! You’ve heard all about it on *Donahue* and *Today*. You’ve read about it in *Time* and *Playgirl*. Now the magic is here, ready to use – if you dare. Revolutionary new scientifically tested and proven techniques show you how some women seem to find true love effortlessly. Now you can, too! “It’s about time women began applying as much savvy to their personal lives as they do in their careers. Tracy Cabot’s book outlines intelligent and workable strategies.” (Ruth Halcomb, author of *Woman Making It*)<sup>1487</sup>

Auch der zweite Buchtitel *How to Keep a Man in Love With You – Forever* (1986) existiert und wurde von Tracy Cabot geschrieben. Batemans weitere Hinweise auf die vermeintlichen Selbsthilfebücher seiner Sekretärin Jean wie *How to be Married One Year from Today* spielt auf *Lover Shopping: How to Be Married One Year from Today* (1986) von Martin Gallatin sowie auf die Neuauflage von 1989 als *Lover Shopping for Men and Women: How to Be Married 1 Year from Today* an. Batemans Liste an

<sup>1483</sup> *Brockhaus Enzyklopädie*, 175.

<sup>1484</sup> “Self Help Tradition and Popular Religion” in *THoPC*, 1228 ff. als Grundlage meiner Ausführungen.

<sup>1485</sup> Ebda., 1229.

<sup>1486</sup> Ebda.

<sup>1487</sup> *How to Make a Man Fall in Love With You: The Fail-Proof, Fool-Proof Method*, Cabot, Tracy: *Amazon.com*, [www.amazon.com/exec/obidos/ASIN/0440145368/qid=1019828668/sr=1-2/ref=sr\\_1\\_2/102-9662410-9824911](http://www.amazon.com/exec/obidos/ASIN/0440145368/qid=1019828668/sr=1-2/ref=sr_1_2/102-9662410-9824911).

Büchern für ein Liebes- bzw. Eheglück weist noch weitere aufschlussreiche Versprechungen auf, die an folgende Titel angelehnt sind: *How to Get Married, Now That You've Been Asked* (1962) von Brenda Johnson; *How to Get Married Again* (1978) von Harriette Ryder; *How to Get Married and Survive It: A Guide to Wedding Reception and Honeymoon Planning* (1980) von Beth L. Hilton; *How to Get Married* (1983) von Herman Weiss und Julie Davis; *How to Get Married and Stay That Way* (1983) von Cliff Albritton; *Bridal Sense: How to Get Married Without Going Crazy or Broke* (1985) von M. Sonsini-Goodrich und so weiter. Ein Blick auf die Bücherlisten zeigt gerade in den 1980er-Jahren einen Boom an Leitfäden zum Eheglück, das als Bestätigung für ein traditionelles Frauenbild (und Frausein) propagiert wurde; aber er zeigt auch auf, dass diese Form zur Selbsthilfe im Laufe der Dekade weniger romantisch und zunehmend materieller verstanden wurde. Vor allem belegt ihr Erfolg in den 1980ern eine zunehmende Abhängigkeit der AmerikanerInnen von solchen Ratgebern. Daneben erlebte diese Dekade des Hyperkonsumismus und soziokulturellen Konservatismus auch einen gestärkten Televangelismus: Eine Lockerung der Fernsehregelung zugunsten religiöser Fernsehprogramme hatte es Televangelisten möglich gemacht, innerhalb kürzester Zeit ein Millionenpublikum zu erreichen. In diesen "Medienkirchen" (*electronic churches*) wurden "moralisierende Predigten" mit Aktivitäten wie "Telefonseelsorge, Talk Shows und Heilung von Kranken via TV" vereint.<sup>1488</sup> Dazu gehörten unter anderem der politische Reverend Jerry Falwell mit seiner *Old Time Gospel Hour*, der Fernsehprediger Reverend Marion G. "Pat" Robertson mit dem *700 Club* und seinem *Christian Broadcasting Network* (CBN: dem fünftgrößten Kabelnetzwerk Amerikas, 1990), Jim und Tammy Bakkers *PTL Club* (Praise the Lord) und James Robinsons *Evangelistic Crusade*.<sup>1489</sup> Das Einkommen dieser Fernsehkirchen und ihrer spirituellen BegleiterInnen wurde meist aus Spenden finanziert und lag in Millionenhöhe. Finanzielle Skandale und moralische Fehlritte von Fernsehpredigenden in den 1980ern sollten zur Auflösung einiger Organisationen und Kirchen führen und eine kurze Krise im Predigermilieu bewirken.<sup>1490</sup> Neben diesen religiösen Predigerinnen und Predigern gab es Therapeutinnen und Therapeuten unterschiedlichster Schulen, die sich selbst zu Predigenden ernannten und den Begriff "Selbstfindung" nicht nur aus psychologischer Sicht definierten, sondern mit ihren Ratschlägen auch persönliche Erfüllung verkauften. Als moderne Gurus übten diese PredigerInnen einen nicht unwesentlichen Einfluss auf die Lebensbilder, Ideologien und Wertvorstellungen der AmerikanerInnen aus und bestimmten damit auch die Geschmacksmuster der Gesellschaft mit. Bestes Beispiel hierfür war die Yuppie-Predigerin Terry Cole-Whittaker, die mithilfe, das Konsumethos der 1980er zu legitimieren.<sup>1491</sup> Seit ihrem Bestseller *How To Have More in a Have-Not World* (1983) lebte "Reverend Terry" in San Diego und gab in ihrem Newsletter Tipps, wie man/frau den großen Deal machen oder Schulden abbezahlen konnte. Bis zu ihrem plötzlichen Rücktritt 1985 hatte Cole-Whittaker jeden Sonntag über ihr Fernsehprogramm in 19 US-Städten Millionen von Menschen zu ihrem Recht auf Wohlstand und damit zum Konsumieren aufgerufen: "You can have it all – now! [...] you can have exactly what you want, when you want it, all the time. [...] Affluence is your right."<sup>1492</sup> Damit hätte sie die Reagansche Botschaft – als Schlachtruf der Yuppies – wohl nicht prägnanter verkünden können.

### **Seltzer**

Ein mit künstlicher Kohlensäure versetztes Mineralwasser, das – mit sogenannten Natrium-Bomben hergestellt – ein Klassiker aus England bei der Herstellung von Longdrinks ist. Seltzer wird heute im Barservice meist durch Club Soda ersetzt.

### **Senscience**

Ein US-amerikanisches Haarshampoo, das in den 1980ern bei Yuppies sehr beliebt war.

Siehe *Silkience*

### **Sergio Valente**

Eine US-amerikanische Marke für Designerjeans und Stretch-Hosen aus Denim-Stoff für Frauen und Kinder der 1975 gegründeten Bekleidungsfirma Englishtown Sportswear Ltd. aus New York.

Siehe *MODE in den 1980ern*

<sup>1488</sup> Wersich, 521; vgl. Kuhre 51–66 und vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 301, 548–50.

<sup>1489</sup> Wersich, 520.

<sup>1490</sup> Ebda., 520 f. und vgl. Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 377.

<sup>1491</sup> Vgl. Enroth, 73–75.

<sup>1492</sup> Ebda., 73.



## SERIENMORD in den 1980er-Jahren: “Glamourisierung” kranker Gewalt

Serienmorde sind – im Gegensatz zu Massenmorden – zumeist sexuell motivierte und einzeln verübte Morde und erfolgen in größeren Zeitabständen.<sup>1493</sup> “Serienmord” symbolisiert totale Willkür und sinnlose Gewalt. Ein Serienmörder belegt die völlige Emotionslosigkeit und Entfremdung von sich selbst und seinem Nächsten. Die Grundlage für eine solche Wahrnehmung des Einzelnen (in diesem Fall des Serienmörders) in der Gesellschaft stellt eine Werteverstärkung im Serienmörder dar und die Wahrnehmung seiner Opfer nicht mehr als Subjekte, sondern als Objekte. Seit den 1980er-Jahren lässt sich in der US-amerikanischen (westlichen) Populärkultur eine regelrechte Obsession mit der Darstellung von Serienmord und Serienmördern feststellen. Diese Faszination sollte Phänomen und Merkmal der sich im Zeitalter des Hyperkonsumismus neu formierenden Dienstleistungsgesellschaft werden, in der die individuelle Entfremdung von einer natürlichen und manchmal auch “blutigen” Realität mehr denn je über den medialen Konsum von Gewalt befriedigt wird:

Serial killers [...] typify an individualistic conception of violence, singularity embodied and psychically caused. In serial killer stories the sources of pathology lie in a decontextualized family romance separable from the social order. What is somatized in the figure of the serial killer, then, is also an ideology of violence that presents violence as something originating in the private sphere. [...] ‘he’s the deformed version of the American dream of the individual.’ Yet the ‘deformation’ of the American dream – that which we do recognize and avow – is located not in corrupt government, or economic institutions that exploit us, but in an individual. The solution to the problem of violence then also becomes relatively simple: kill the serial killer and your problem goes away.<sup>1494</sup>

“Woher kommt nun aber das [plötzliche] Interesse am Serienmord”<sup>1495</sup> und an der medialen Faszination daran teilzuhaben? In seiner Auseinandersetzung mit der jungen Spaß-Generation der 1990er-Jahre sieht Falko Blask “Serienmörder als Stellvertreter des gehemmten Normalbürgers”<sup>1496</sup>. Für einen Serienmord gäbe es “keine einfache psychologische Erklärung” wie Rache, Habgier, Feindschaft oder Hass: Motive, die als Legitimation der Tat gelten könnten.<sup>1497</sup> Serienmörder scheinen zumeist als sehr normal und seien nicht von einer “Aura des Bedrohlichen” umgeben, denn sie würden “aus Prinzip” töten, wobei die “Täter sich in der reinsten Form des Tötens” ergehen würden – “reduziert auf den Mord an sich, der nicht Folge oder Notwendigkeit ist, kein Mittel zum Zweck, sondern fast nur noch ein ästhetisches Phänomen” und – weiter Blask – “ein Aufstand gegen das Prinzip Leben an sich”:<sup>1498</sup>

Ihre [kulturelle] Bedeutung erlangen Serienmörder [...] als denkbare und prinzipiell mögliche Erschütterungen des harmlosen Alltags. Sie sind gewissermaßen eine Anomalie der Gesellschaft, eine radikale Mutation des reglementierten und vorhersehbaren Lebens. Sie symbolisieren die Brüchigkeit unserer heilen Welt. Serienmörder, ob sie nun real existieren oder als Leinwandmythen erschaffen werden, faszinieren, weil sie die extremste Verkörperung des Fehlens von Verantwortung und Moral sind.<sup>1499</sup>

Für Blask vermag diese Serienmörder-Hysterie eine “tiefe Sehnsucht in den meisten zivilisierten Menschen” anzusprechen<sup>1500</sup>; er zitiert dabei den Schweizer Psychologen Adolf Guggenbühl, für den die “Massenmorde” auf die “unterdrückten aggressiven Aspekte in jedem Menschen hinweisen” und nach einer “Bewußtwerdung unserer eigenen mörderischen oder selbstmörderischen Seite ....” verlangen würden.<sup>1501</sup> Was Blask als Sehnsucht beschreibt, hat mit der Entfremdung des Menschen von sich selbst zu tun, mit der Entwicklung von einem vormals schweißtreibenden Produzieren in einer zumeist industriellen Gesellschaft hin zu einer immer mehr virtuellen, von einer natürlichen Umgebung losgelösten Dienstleistungsgesellschaft mit ihrem endgültigen Umbruch in den 1980er-Jahren. Was

<sup>1493</sup> Grundlage meiner Auseinandersetzung mit diesem Thema sind alle Werke, die ich über das Phänomen des Serienmordes (Studien, Einzelbiografien wie Filme) gelesen und gesehen habe und die im Referenzverzeichnis angegeben sind. Vgl. hier vor allem aber die brillante, da erstmals interdisziplinär stattgefundenene Auseinandersetzung von Steven A. Egger (Herausgeber und Autor) zusammen mit Fachleuten aus verschiedenen Bereichen (Kriminologie, Soziologie, Psychologie, Oral History, Geografie und weitere) zum Phänomen des “Serienmords” in *Serial Murder: An Elusive Phenomenon* (New York: Praeger, 1990).

<sup>1494</sup> Freccero, 48 ff.

<sup>1495</sup> Falko Blask, *Ich will Spaß!* (München: Heyne, 1996) 22. Vgl. Blasks interessante Ausführungen zur neuen “Chaosgesellschaft” und ihrer Faszination für den “Serienmörder” in einer immer komplexeren Welt. So “enttarnt” Blask in seinem Buch “eine neue Kraft in der Gesellschaft”, deren “Vorkämpfer” er als die “Soziopathen des Alltags” bezeichnet und deren “neue Lebensprinzipien” wie “egozentrische Abenteuerlust und Unberechenbarkeit” er direkt mit der Amoralität und Verantwortungslosigkeit von Serienmördern in Beziehung setzt. (Klappentext)

<sup>1496</sup> Ebda., 34.

<sup>1497</sup> Ebda., 20 f.

<sup>1498</sup> Ebda.

<sup>1499</sup> Ebda., 22.

<sup>1500</sup> Ebda., 23.

<sup>1501</sup> Ebda.

dabei bestehen bleiben sollte, war die Sehnsucht nach dieser natürlichen Alltagsgewalt (und spürbaren Verbindung zu uns selbst). Eine massenmediale Inszenierung von Alltagsgewalt – ausgedrückt im radikalsten Extrem, dem Serienmörder – würde dabei mehr und mehr die “saubere” Teilhabe am “blutigen” Akt sowie mit dem Konsumieren dieser Gewalt eine vermeintliche Bedürfnisbefriedigung bieten. Die Kulturprofessorin Jane Caputi führt dabei den Konsumismus mit dem Kannibalismus zusammen:

To understand why cannibalism has become a major motif in horror film and fiction since the 1960s, we might consider it as a metaphor for, in a word, consumerism. A corporate consumerist society is inherently ravenous, devouring natural resources and ever insatiable for new mass-produced goods. [...] Common consensus holds that it is modern people's respect for a taboo on cannibalism that makes us 'civilized'. Yet, a curious doublethink informs this, for metaphorical cannibalism is necessary to the much vaunted 'American way of life'. The transgression of supposedly sacred taboos is a central dynamic in the Western tradition of knowledge. [...] In modern thought, the moral factor has been deleted and pollution is itself the contamination or material impurity. Yet, contemporary pollution remains rooted in the flouting of taboo. Capitalism continuously endorses and encourages the unbounded and ever-expanding pursuit of the (material) good.<sup>1502</sup>

Der Literaturprofessor Mark Seltzer wiederum setzt das Phänomen des Serienmordes mit der Entwicklung der Maschinenkultur in Bezug. “Serial murder and its representations have by now largely replaced the Western as the most popular genre fiction of the body and of bodily violence in our culture [...]”<sup>1503</sup> Nach Seltzer würde ein Serienmörder Methoden der Produktion und Reproduktion anwenden, um ein Gleichgewicht zwischen seinen internalisierten Begierden und der modernen mechanisierten Gesellschaft herzustellen. Die Abhängigkeit von Seriengewalt könne auf das Bedürfnis zurückgeführt werden, die Bluttrüchtigkeit, die mit der Technologie resorbiert wurde, zu befriedigen. Zudem stelle er auch eine Verbindung zwischen dem Serienmord und weiteren Formen der Serialität wie das Sammeln von Dingen und Darstellungen, Personen und “persönlichen Dingen” wie Körperteile als Fetische von Serienmördern mit der Unmäßigkeit einer Konsumgesellschaft fest:

I mean to indicate some of the connections between body counts and commodity fetishism, word counts and 'statistical persons,' in the representations of serial murder. This genre of American psychosis – for example, in Bret Easton Ellis's notorious *American Psycho* – advertises, and trades on, the analogies, or causal relations, between these two forms of compulsive repetition, consumerism and serialized killing. (And [...] it is in part this tension between analogy and cause – particularly correlating economic and sexual motives – that is reenacted in scenarios of addictive violence.)<sup>1504</sup>

Nach einer ersten Reihe von Serienmorden in den 1950er-Jahren hatte sich am Ende des 20. Jahrhunderts der Serienmord zu einem charakteristischen Merkmal der USA entwickelt: 1990 stellten die USA weltweit 74 Prozent der Serienmörder, gefolgt von Europa mit 19 Prozent, wodurch der Serienmord durchaus als ein Merkmal einer westlich kapitalistischen (patriarchalen) Welt gelten kann.<sup>1505</sup>

[...] from 1970 to the present, there have been more serial murders reported than in all previous American history combined. In the years since World War II, the annual solution rate for homicides has dropped from 90 percent to 76 percent – that is, one in every four murders remains unsolved. (It is commonly believed that 50 percent of all violence crimes in the US go unreported.) Of these approximately 20,000 unsolved murders, the FBI estimates that at least 3,500 are committed by serial killers, who will kill again, and again, and again, so long as they are capable, since these are individuals whose self-definition, whose sole *happiness*, is bound up with killing.<sup>1506</sup>

Der Begriff “Serienmörder” wurde rückwirkend erstmals auf den kalifornischen Zodiac-Killer und später auf Charles Manson angewendet. Der seit 1968 bekannte und nicht gefasste Zodiac-Killer wurde dafür berühmt, der Polizei etwa 21 teils verschlüsselte Briefe geschrieben zu haben, in denen er seine Morde zumeist an Pärchen im Vorhinein ankündigte und die Veröffentlichung seiner Briefe in lokalen Zeitungen verlangte gleich wie er die Kreation eines Aufklebers mit seinem Erkennungszeichen (*zodiac*) forderte. Der Zodiac-Killer, der Tierkreiszeichen um die getöteten Menschen herum zeichnete, lauerte jungen Paaren an einsamen Plätzen in der San Francisco Bay Area auf, erstach oder erschoss sie. Zwei Männer überlebten den Angriff und beschrieben ihn als männlich, kräftig und mit einer schwarzen Henkerkapuze mit Keltenkreuz bekleidet. Die Zahl der Morde, die ihm zugeschrieben werden, sind 5 erwiesene, wobei die Dunkelziffer auf über 20 geschätzt wird; er selbst prahlte mit 37 Morden. Die Mordserie hatte 1966 begonnen und endete 1974. Danach wurde vermutet, dass der Psychopath

<sup>1502</sup> Caputi (1993), 105.

<sup>1503</sup> Mark Seltzer in “Serial killers” (1), *Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies* 5.1, 1993: 92.

<sup>1504</sup> Seltzer, 124.

<sup>1505</sup> Michael Newton, *Hunting Humans: The Encyclopedia of Serial Killers*, Vol. 1, 2. (Port Townsend, WA: Loompanics Unlimited, 1990) 1

<sup>1506</sup> Joan Carol Oates, “I had No Other Thrill or Happiness,” *The New York Review*, 24 March 1994: 52.

entweder verstorben oder weggezogen war. Der Kriminalfall ist seit 1969 ungeklärt. Der Zodiac-Killer, der nach eigener Aussage aus Spaß getötet hat, gilt als einer der berühmtesten Serienmörder Amerikas und hat unzählige Werke der Populärkultur inspiriert. Charles Manson wiederum hatte mit seiner Sekte 1969 Roman Polanskis hochschwangere Frau Sharon Tate, deren Freunde und ein weiteres Ehepaar töten lassen. Das bizarre Motiv für den Tate-La Bianca-Mord sollte ein von Manson prophezeiter "Rassenkrieg" sein; vielmehr jedoch waren die Mitglieder der Manson Sekte ihrem charismatischen, gleichwohl psychopathischen Kultführer sexuell und emotional völlig ausgeliefert. Der Mordtypus "Serienmord" wurde aber erst 1976 nach einer Serie von Morden als Phänomen ernst genommen und der Begriff vom FBI Spezialagenten Robert Ressler, der auch das psychologische Serienprofil für die FBI Behavioral Sciences Unit erstellte, geprägt. Diese zweite Welle von Serienmorden in den 1970er-Jahren belegt mittels Sensibilisierung in diesem Bereich auch eine bessere Aufklärungsarbeit des FBI, zeigt jedoch auch die zahlenmäßige Dimension des Mordens auf: 1974 wird Elmer Wayne Henley Jr., zusammen mit Dean Corll (The Candy Man) und David Owen als Houston Mass Murders bekannt, zu sechs lebenslangen Haftstrafen verurteilt, weil er zwischen 1970 und 1973 für den Mord an 28 jungen Männern und Kindern (mit)verantwortlich war. In diesem Kontext ist dann auch die Aussage des Politologen Walter Dean Burnham zu verstehen, der am Höhepunkt der Serienmorde schrieb: "Mord ist der große amerikanische Ersatz für die soziale Revolution."<sup>1507</sup> Nicht nur für die Kulturwissenschaftlerin Jane Caputi ist der unbekannte britische Mörder "Jack the Ripper" (1888) der Vater des "age of sex crime"<sup>1508</sup>: Dieses Zeitalter sei von einer ständig steigenden Zahl an sexuellen Serienmorden und der Dominanz des Serienmörders als mythisch/heroische Figur geprägt. Auch wenn Rippers Morde anfangs nicht als "sex crimes" erkannt wurden, sei er – so Caputi – von der patriarchalen Kultur in Literatur, Film und anderen populärkulturellen Texten als unsterblicher Mythos vereinnahmt worden:

The unprecedented pattern laid down during the Ripper's original siege now is enacted with some regularity in the United States; the single, territorial and sensational nicknamed killer; socially powerless and scapegoated victims; a signature style of murder or mutilation; intense media involvement; and an accompanying incidence of imitation or 'copycat' killings.<sup>1509</sup>

Mit der offiziellen Begriffsprägung begann die Polizei verschiedene Mordschemata nach dem Muster eines Jack Rippers erkennen wie bei "Son of Sam" (David Berkowitz, der den ersten seiner Frauenmorde im Juli 1976 beging), dem "Boston Strangler", dem "Hillside Strangler" (es handelte sich dabei um die Cousins Angelo Buono und Kenneth Bianchi, die als verkleidete Polizisten mordeten) und dem "Green River Killer" (dessen erster bekannter Mord ging auf 1982 zurück); dann gab es die Mörder John Wayne Gacy und Jeffrey Dahmer, die nur daheim töteten, sowie die Serienmörder Henry Lee Lucas und Ted Bundy, die ihre Opfer *on the road* fanden. Diese Serienmörder sollten eine neue "Jack the Ripper"-Generation verkörpern. 1984 stellte der Beamte des Justice Department, Robert O. Heck, fest:

We all talk about Jack the Ripper; he killed five people [...]. We all talk about the 'Boston Strangler' who killed 13, and maybe 'Son of Sam,' who killed six. But we've got people [...] out there now killing 20 and 30 people and more, and some of them just don't kill. They torture their victims in terrible ways and mutilate them before they kill them. Something's going on out there. It's an epidemic.<sup>1510</sup>

Auch das Faktum, dass es unmöglich ist, Serienmörder zu ändern oder zu "rehabilitieren" (heute wird der Aggressionstrieb vielfach mittels Kastration bzw. Behandlung mit chemischen Substanzen gestoppt) sollte einige Male mörderisch belegt werden: Henry Lee Lucas selbst soll die Polizei, als diese ihn 1970 auf Bewährung entlassen und erst 1983 wieder gefasst hatte, auf die Unmöglichkeit ihn zu "rehabilitieren" hingewiesen haben. In den dreizehn Jahren seiner Flucht soll Lucas 100 bis 500 Morde begangen haben. Der Psychiater und Serienmörder-Experte Jack A. Apsche stellte aufgrund seiner Interviews mit dem "von Gott gelenkten" Serienmörder Gary Heidnik (der trotz eines ärztlichen Gutachtens vom 18. März 1987, das ihm "gute" Heilungschancen zuweist, eine Frau umbringt, ihren Kopf aushöhlt, Teile ihres Körpers kocht und diese dann für die Polizei im Kühlschrank aufbewahrt)<sup>1511</sup> Folgendes fest:

<sup>1507</sup> Greil Marcus, *Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – Eine geheime Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts* (Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1996) 258.

<sup>1508</sup> Vgl. Jane Caputi, *The Age of Sex Crime* (Bowling Green, OH: Bowling Green State University Popular Press, 1987) 1–62. Caputi untersuchte in ihrem Buch Ursache und Mythenbildung von Sexualverbrechen und zeigte auf, dass der moderne, westliche, seriell stattfindende Sexualmord – es ist die brutalste Art und Weise, den männlichen Hass auf Frauen zu kanalisieren – im breiten gesellschaftspolitischen Kontext als Genozid (kultureller Völkermord), sexueller politischer Mord und als eine extreme Form von Terrorismus zur Aufrechterhaltung von patriarchalen Strukturen zu diskutieren sei.

<sup>1509</sup> Caputi (1987), 5–6.

<sup>1510</sup> Robert O. Heck in Caputi (1987), 2–3.

<sup>1511</sup> Vgl. den Mord an Victoria Bell in *American Psycho* (117), der das Profil des Serienmörders Gary Heidnik aufweist.

There is at this time no cure for serial murderers. In treatment they will revert to their helpful, eager to please, manipulative and affable selves. They are uncontrollably sadistic [...] It should be kept in mind that whenever these people are paroled they will murder again.<sup>1512</sup>

Grundsätzlich werden Serienmorde vorwiegend von Männern an Frauen oder auch an jungen Männern begangen; nur etwa 8 % der amerikanischen Serienmörder sind weiblich. Das Motiv sei nach Oates dann meist Geld oder auch Hass, der seinen mörderischen Ausbruch leichter bei typisch "weiblichen" Berufen wie Babysitterin oder Krankenschwester findet.<sup>1513</sup> Caputi zum Serienmörder als Bewahrer der "Vorherrschaft des (weißen) Mannes":

[...] these are crimes of sexually political import, murders rooted in a system of male supremacy in the same way that lynching is based in white supremacy. Moreover, whether the victims are female or male, when murder itself becomes a sexual act, this is the paradigmatic expression of a belief system that has divided humanity into two erotically charged and unequal gender classes, thereby constructing sex itself as a form of masculine domination and defeat of the feminine, even when the feminine is embodied by males.<sup>1514</sup>

Da viele Morde jahrelang oder ganz unentdeckt bleiben – Serienmörder wie der Yuppie Patrick Bateman leben "nach außen hin" ein ganz normales Leben – und ein kontinuierliches Datenmaterial in diesem relativ jungen kriminologisch-psychiatrischen Wissenschaftsbereich bisher fehlt, gibt es noch kein komplettes psychologisches Modell für einen mehrfachen Mörder. Es zeigen sich jedoch – wie Oates darlegt – verbindliche Grundzüge bei den verschiedenen Serienmördern, wie zum Beispiel, dass die Morde für gewöhnlich im Kopf erprobt werden, bevor diese begangen werden: "[...] the serial killer behaves with the logic of dreams – his madness yields a distinct pattern, yet is unpredictable, and seemingly unpreventable."<sup>1515</sup> Ellis hat mit Patrick Bateman in *American Psycho* einen durchaus "modellhaften" und damit authentischen Serienmörder präsentiert, was ich anhand des medizinisch-psychologischen Erklärungsmodells des Psychologen Joel Norris im Buch *Serial Killers: The Growing Menace*<sup>1516</sup>, ein erstes Standardwerk in diesem Bereich, darlegen möchte.<sup>1517</sup> Die Mehrheit der Serienmörder, das heißt etwa 80 %, sind Männer zwischen 20 und 40 Jahren weißer Hautfarbe, die – so Norris – einen physischen und psychischen Schaden durch Misshandlungen oder Vernachlässigung in ihrer Kindheit erlitten haben. Batemans Erwähnung seiner Familienbeziehungen (den Hass auf seinen reicheren Bruder, die völlig entfremdete Mutter im Sanatorium und den Vater, den er nie sehen will) lassen vermuten, dass Bateman aus einer völlig gefühlkalten Familie mit chronischer Alkohol- und Drogenabhängigkeit stammt. Bateman besitzt kein Mitgefühl, aber eine starke Konzentration auf sich selbst und damit auch eine große Selbstüberschätzung. Für Norris würden Vererbung, Biologie und Umwelt schicksalhaft in Zusammenhang mit schweren Kindheitstraumata, denen der Mensch nicht entkommen kann, wirken: "[...] the serial killer has no free will, no free intelligence, no 'self' apart from the psychopathological predicament of his fate. The serial killer is an active pathogen in the organism of society, serial killing is a 'disease'."<sup>1518</sup> Die zwanghaft durchgeführten Morde stellten nach Norris wiederum "morality plays" dar, in denen mit unterschiedlichen Opfern dieselbe Geschichte wieder und wieder durchgespielt wird, wobei die Morde in einer 'unstrukturierten bewussten Traumwelt ohne Logik und Gesellschaftsordnung' stattfinden würden:

[...] a sum of total of the perceived childhood horrors and [the killer's] chronic damaged physical condition [...] the survival pattern of a person who has never developed the channels for emotions such as fear, lust, and rage and is driven by them [...] within a primordial neurological soup, an unstructured conscious dream world in which there is no logic and no social order.<sup>1519</sup>

Nach Norris würde ein Serienmörder auf äußere Reize reagieren und weniger individuell rational handeln, somit würden seine Aktionen durchaus kodifiziert und vorhergesagt werden können. Norris

<sup>1512</sup> Jack A. Ascher, *Probing the Mind of a Serial Killer* (Yardley-Morrisville: International Information Associates, 1993) 29.

<sup>1513</sup> Oates, 57.

<sup>1514</sup> Jane Caputi, "The New Founding Fathers: The Lore and Lure of the Serial Killer in Contemporary Culture," *Journal of American Culture* 13.3 (Fall 1990): 3.

<sup>1515</sup> Oates, 52.

<sup>1516</sup> Joel Norris. *Serial Killers: The Growing Menace*. Garden City, NY: Doubleday, 1988.

<sup>1517</sup> Beim Vergleich des Protagonisten Patrick Bateman in *American Psycho* mit dem Profil eines realen Serienmörders in *Serial Killers: The Growing Menace* beziehe ich mich auf die verkürzte Darstellung von Joel Norris in Oates, 52 ff.

<sup>1518</sup> Norris in Oates, 52.

<sup>1519</sup> Ebda.

unterscheidet beim seriellen Morden sieben sogenannte "Schlüsselphasen", die sich über eine minutiöse Lektüre auch in *American Psycho* identifizieren lassen.<sup>1520</sup>

- 1) Die 'Aura-Phase', in der der Serienmörder zwanghaft fantasiert, sich von der Realität zurückzieht und seine Mordlust befriedigen muss: "The killer is simply a biological engine driven by a primal instinct to satisfy a compelling lust [that is of killing]." (Norris, 44)
- 2) Die 'Trolling-Phase', in der der Serienmörder auf der aktiven Suche nach einem Opfer ist, dies identifiziert und daraufhin zu stalken beginnt. Er folgt dabei einer Serie von Verhaltensmustern, die "compulsive, frenzied, and paranoid" (Norris, 45) sind und agiert dabei höchst aufmerksam und konzentriert.
- 3) Die 'Wooing-Phase', in der eine Art Fangnetz um das ausgesuchte Opfer gesponnen wird, denn "neurons deep in the primitive brain begin to fire and cause a turbulence of early memories and primal emotions to mingle with live sensory data." (Norris, 305)
- 4) Die 'Capture'-Phase, in der der Mörder das Vertrauen seiner Opfer gewinnt und sie in eine ausweglose Falle lockt. (Norris, 50–51)
- 5) Die 'Murder'-Phase, bei der Gefangenschaft und Mord für den Mörder zum 'rituellen Nachspiel eines Kindheitstraumas' werden, um die 'eigene Macht und Identität' wiederzuerlangen. Das im Akt des Mordes erfahrene "emotional high" wird von den meisten Mördern als Moment der Erkenntnis, "an insight so intense that it is like an emotional quasar, blinding in its revelation of truth" beschrieben, die sich zumeist in einen spontanen Orgasmus ergießt und dem Mörder triumphal die eigene Existenz bestätigen würde. (Norris, 53, 54)
- 6) Die 'Totem-Phase', in der der Mörder die erfahrene 'tiefe Erkenntnis' weiter erhalten will und hierfür den Körper seines Opfers fotografiert und dann an besonderen "heiligen" Stätten vergräbt oder den Körper in einem Ritual zerstückelt, Teile davon isst oder konserviert und mit persönlichen Besitztümern des Opfers als Souvenirs aufbewahrt. Die sexuelle Leichenschändung, auch Nekrophilie genannt, ist bei Frauen praktisch nicht existent; bei heterosexuellen Männern eine Seltenheit. Homosexuelle Nekrophilie und die zwanghafte Konservierung verschiedener Leichenteile werden für den Täter als (imaginäre) Heilung von männlicher Impotenz wahrgenommen. Der Nekrophile vermag dadurch Macht und Kontrolle über den toten Menschen auszuüben, wie er es im Alltagsleben nie vermocht haben würde.<sup>1521</sup>
- 7) Die 'Depressing-Phase', die nach dem Mord, wenn das Allmachtsgefühl des Mörders zu schwinden beginnt, auftritt und von der Erkenntnis begleitet wird, dass sich nichts verändert hat.<sup>1522</sup>

Dieses Modell aus dem Jahr 1988 möchte ich mit jüngeren Erkenntnissen aus diesem kriminologischen Wissenschaftsbereich ergänzen. Die Autorin Constance McKenzie hat in "A Study of Serial Murder"<sup>1523</sup> 1995 die wichtigsten wissenschaftlichen und journalistischen Untersuchungen über 20 Serienmörderfälle miteinander verglichen und erstmals zu einem ganzheitlichen Erklärungsversuch über dieses 'außerordentlich antisoziale Verhalten' zusammengefasst: Das Wort "Serienmörder" würde dabei grundsätzlich für folgende Bezeichnungen gebraucht werden: "lust murder, serial murder, mass murder, sexual homicide, multicide, multiple murder" (3). Constance McKenzie befasste sich dabei mit dem "Serienmord sexueller Natur", den sie nach den Erkenntnissen der verschiedenen Forschenden folgendermaßen definierte:

Serial murder, not to be confused with mass murder [...], is now generally defined as: one-on-one murder, repetitive, involving a stranger, with a motive known only to the murderer. [...] The nature of serial murder becomes sexual when evidence includes: victim's attire or lack of attire; exposure of the sexual parts of the victim's body; sexual positioning of the victim's body; insertion of foreign objects into the victim's body cavities; evidence of sexual intercourse (oral, anal, vaginal); and evidence of substitute sexual activity, interest, or sadistic fantasy.<sup>1524</sup>

Da Serienmörder und Massenmörder völlig unterschiedliche Mordschemata und Motive haben, können diese auch nie in einer Person vereint sein. Während Massenmörder wie "Charles Whitman" und "James Huberty" bei einer Tat aus Rache an der Gesellschaft oder anderen Motiven so viele Menschen wie möglich ermorden und dann zumeist selbst Opfer des Amoklaufes werden, sind Serienmörder sexuell motiviert, bleiben für Jahre aktiv und in vielen Fällen unentdeckt.<sup>1525</sup> Im Kapitel "Chase, Manhattan"

<sup>1520</sup> Oates 53 ff. und siehe Norris in *Serial Killers: The Growing Menace* (42–58) für eine detaillierte Auseinandersetzung mit dem Serienmörderprofil und seiner Beschreibung der einzelnen Schlüsselphasen und -momente.

<sup>1521</sup> Vgl. Oates, 57.

<sup>1522</sup> Vgl. Norris in Oates, 53 f.

<sup>1523</sup> Constance McKenzie, "A Study of Serial Murder," *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology* 39, London: SAGE, 1995: 3–10.

<sup>1524</sup> Ebda., 3.

<sup>1525</sup> Fox Botterfield, "Experts Explore Rise in Mass Murder," *The New York Times*, 19 October 1991: A/6.

(AP 347–52) und auf einer im Roman erwähnten Faschingsparty macht Ellis Patrick Bateman ironischerweise zum gejagten Massenmörder und belegt auch damit die Unzuverlässigkeit des Erzählers. McKenzies Studie führt weiter aus, dass eine Konstellation von Charaktermerkmalen und Umwelteinflüssen in der Kindheit später beim Erwachsenen bestimmte Verhaltensmuster bewirken und zu einer grundsätzlich schwachen Kontrolle von Emotionen etwa oder zur Entwicklung einer antisozialen Persönlichkeit, die Probleme mit der Realitätswahrnehmung hat führen würde:

Intense affect-related experiences, such as abuse, can contribute to the lack of integration of experiences, which may result in the splitting of the good and bad selves. This in turn can become state-dependent so that certain conditions have to exist for the infant/child, and ultimately the adult, to reexperience it. [...] the healthy caregiver/parent becomes the receptacle for the infant's dangerous emotions, assisting the infant to become calm and less threatened by the world. On the other hand, where there is poor parenting (i. e. inconsistency, screaming, brutality), this lack of continuity and the intensity of such experiences undermines the organizational ability of the child [...], prohibiting the necessary trust bond to form between the parent and child.<sup>1526</sup>

Eine solche Familienstörung kann, muss aber nicht mit Alkoholmissbrauch zusammenhängen. Was bei allen Serienmördern in der Kindheit jedoch festzustellen war, war ein hohes Maß an Voyeurismus, zwanghaften autoerotischen Praktiken und Tagträumen. Laut McKenzie könnte es sich um Formen von Kompensation für den Mangel an positiven zwischenmenschlichen Kontakten handeln und auf eine extreme Vereinsamung in der Kindheit hindeuten. Eine fehlende führende Hand und eine gestörte Realitätswahrnehmung können – so McKenzie weiter – potenzielle Denkfehler verursachen. Dieser Umwelt-Inkubator (eine isolierte und geschützte Umgebung) würde irgendwann aktiviert und falsche Denkmuster internalisiert werden – dass beispielsweise Frauen gerne hart genommen werden, eine Botschaft, die im realen Alltag gleich wie über Filme oder anderes populärkulturelles Material immer wieder transportiert wird oder dass etwa nur eine Sinnesbetäubung durch Drogen oder Alkohol glücklich machen würde. Solche Denkmuster würden über die Familieninteraktionen und den Konsum von pornografischem Material u. a. kontinuierlich verstärkt. Diese Isolation und eine fehlende Auseinandersetzung mit seiner Umgebung würden zur Frustration des Einzelnen führen, der sich in der Folge mit zwanghaften autoerotischen Praktiken oder anderen ritualisierten Verhaltensmustern Erleichterung zu verschaffen versucht. Das Gefühl der Leere jedoch bleibt und führt zu weiterer Frustration:<sup>1527</sup> Der Erwachsene würde sich in diesem Verhaltenskreislauf kontinuierlich mit Drogen und mit Pornografie vom seelischen Schmerz zu befreien versuchen. Das Ergebnis würde McKenzie zufolge immer unbefriedigend sein und in weiterer Frustration enden – ein nimmer endender Kreislauf mit immer kürzer andauernden und extremeren Höhepunkten, um die innere Leere zu überwinden: Jeder Mord ist ein Reiz, der sich mit jedem Mord abnutzt und auch bei Bateman folglich immer brutalere, reizintensivere Morde bewirken wird. Das Töten wird zur Sucht.

Although many serial murderers have had relationships of long duration, they appear to have a hidden or compartmentalized self that thwarts all attempts to find satisfaction. Doubtless the substance abuse reduces the fragmented impulse control that exists. The line between reality and daydreaming are blurred in an intoxicated state and the individual finally puts into action what he believes will make him 'happy' only to discover it is short-lived. [...] the serial murderer follows a similar pattern to the catathymic crisis [...] The difference, for the serial murderer, is that the process is incomplete, and needs to be continually replayed due to a lack of satisfaction. Therefore each murder increases the frustration and 'drives' so does the nature of the brutality. As in the catathymic crisis the relief is only transient because the individual has to return to the cycle of isolation coupled with addictions.<sup>1528</sup>

Auch hier gibt es eine Parallele zwischen der Frustration nach dem Mord und der Frustration nach dem Kauf eines Produktes – bei beiden erfolgt kein Einssein mit sich selbst bzw. dem “imaginären” Werbeversprechen, was wiederum Triebkraft des mörderischen bzw. hyperkonsumistischen Kreislaufes ist. In einer fundierten Auseinandersetzung mit Ellis' Text legt die amerikanische Literaturwissenschaftlerin Freya Johnson in einem Paper dar<sup>1529</sup>, wie sich der Serienmörder Bateman durch Tortur, Mord und Kannibalismus seine Realität konstruiert: “[...] the act of torture is a means of appropriating the victim's agency by effectively annihilating it; the torturer in effect constructs his/her own reality from the destruction (and parenthetically consumption) of the victim's.”<sup>1530</sup> Auf die

1526 McKenzie, 9.

1527 Ebda. Vgl. Viktor E. Frankl, *Das Leiden am sinnlosen Leben* (Basel: Herder, 1981) 20 ff. Der bekannte Psychotherapeut legt darin den Zusammenhang zwischen Frustration des Sinnwillens bzw. existentiellern Vakuum – was Aggression bis hin zu Destruktion zur Folge haben kann – und des sexuellen Konsumationszwanges, der von der Aufklärungsindustrie kommt und in sexuelle Inflation mündet, dar.

1528 McKenzie, 8.

1529 Freya Johnson, “A Tale Told by a Vidiot, Resignifying Nothingness: A Torturous Metafiction in *American Psycho*,” Paper San Diego State University, 1994.

1530 Ebda., 3.

konsumübersättigte, fragmentierte Welt der 1980er-Jahre übertragen, versucht Bateman durch den Mechanismus Zerstörung/Konsumation der Körper seiner Opfer sich kontinuierlich selbst zu konstruieren und zu rekonstruieren.<sup>1531</sup> Das belegen Batemans Sexualmorde, bei denen sich der Romanprotagonist nicht nur intensive Orgasmen sondern auch Macht über seine Opfer holt, wenn er diese konsumiert. Bateman ist ein sexuell motivierter Serienmörder, was auch der sinnlose Mord am Kind im Zoo belegt. Sadistisch – völlig gefühllos und ohne Schuldgefühle und damit emotional gestört – gibt sich Bateman nach dem Tötungsversuch am Kind als (lebensrettender) Arzt aus, nur um das Kind vor den Augen seiner Mutter brutal verbluten zu lassen. Der Tod des Kindes, dessen leblosen Körper er schließlich als “Ding” bezeichnet, hinterlässt bei Bateman allerdings nur einen schalen Nachgeschmack:

[...] I'm suddenly jolted with a mournful despair at how useless, how extraordinarily painless, it is to take a child's life. This thing before me, small and twisted and bloody, has no real history, no worthwhile past, nothing is really lost. It's so much worse (and pleasurable) taking the life of someone who has hit his or her prime [...] (AP 299)

Johnson bestätigt McKenzies Ausführungen auch weiter darin, dass sich ein Serienmörder vor dem Ritual der Tortur auch über die Sprache Motivation holt.

[...] the idea that the need for information is the motive for the physical cruelty arises from the tone and form of the questioning rather than from its content: The questions, no matter, how contemptuously irrelevant their content, are announced, delivered, *as though* they motivated the cruelty, *as if* the answers to them were crucial. [...] what masquerades as the motive for torture is a fiction. [...] Torture itself then, can be read as part of a fiction-making mechanism as the torturer reorders the world by constructing a fictional causality for the victim's pain.<sup>1532</sup>

Ein solches sprachliches Interrogationsmodell wirkt auch in *American Psycho*: Ellis' Erzählerprotagonist Bateman holt sich die “Rechtfertigung” für seine psychische und physische Gewaltanwendung mittels rhetorischer Fragen. Vergleiche die Tortur-Szene mit dem Obdachlosen Al. Ausgehend von der Frage “Why don't you get a job?” führt Bateman mehr oder weniger einen Monolog, in dem er den Obdachlosen Al über dessen “parasitäre” Situation belehrt und schlussendlich mit den Worten “Al. . . I'm sorry. It's just that. . . I don't know. I don't have anything in common with you” (AP 132) grausam zu verstümmeln beginnt:

I reach out and touch his face gently, once more with compassion and whisper, ‘Do you know what a fucking loser you are?’ He starts nodding helplessly and I pull out a long, thin knife with a serrated edge and, being very careful not to kill him, push maybe half an inch of the blade into his right eye, flicking the handle up, instantly popping the retina. (AP 129–32)

Batemans Motive im Lauf des Textes scheinen gemäß der Psychopathologie eines Serienmörders willkürlich, kontextualisieren sich jedoch mit dem in *American Psycho* von Bateman konsumierten “Material” als Kritik am Reaganschen Amerika: Der Obdachlose Al und sein Hund Gizmo, Yuppies auf einer Yacht oder Arbeitskollegen wie Paul Owen (der einzige geplante Mord), Ex-Freundinnen, Prostituierte, ein *middle aged* Homosexueller mit einem Shar-Pei, ein Saxofon-Spieler, ein iranischer Taxifahrer, Polizisten, ein Kind, ein chinesischer Fahrradkurier, schwarze Jugendliche u. v. m. Das Spektrum seiner zumeist Zufallsopfer umfasst (neben Tieren) Jugendliche wie Erwachsene, Menschen unterschiedlichen kulturellen Hintergrunds und von unterschiedlicher Hautfarbe, Männer wie Frauen. Die Darstellung der Morde an Frauen wird den Leserinnen und Lesern von *American Psycho* dabei wie pornografisches Material – es ist die gesellschaftliche Realität der 1980er-Jahre – zur Lektüre vorgelegt. Bateman wird nie entdeckt werden, auch dadurch, weil er – wie seine realen Vorgänger – die Opfer isst, die Reste ihrer Körper im Müll entsorgt bzw. in einem Säurebad auflöst. Batemans triebgesteuerte Lust am Töten ist sein Motiv, um (individuelle) Ohnmacht in Macht und Kontrolle zu verwandeln. Mit der Zeichnung des Serienmörders Patrick Bateman hat sich Ellis an ein reales Serienmörderprofil gehalten und damit “Wirklichkeit” zur Fiktion gemacht. Mit diesem Populärkulturtext vermochte Ellis die (amerikanische bzw. westliche) patriarchalisch-kapitalistische Industriegesellschaft zu transkribieren. Mit der “Opfer-Auswahl” kann *American Psycho* als durchaus akkurate Kritik am Serienmörder als Produkt amerikanischer Konsumideologien und ganz konkret geschaffener Reaganscher Klassenhierarchien gelten.<sup>1533</sup>

Eine erste kommerzielle Vermarktung des Serienmörders in der amerikanischen Populärkultur geht auf die Horrorfilme der 1960er- und Slasher-Filme der 1970er-Jahre zurück. Ausgangspunkt waren hierfür die ersten Entdeckungen von Serienmorden, wobei der Serienmörder “Ed Gein”, bekannt als

<sup>1531</sup> Vgl. Elaine Scarry, *The Body in Pain, The Making and Unmaking of the World* (New York: Oxford UP, 1985) 28.

<sup>1532</sup> Johnson, 5.

<sup>1533</sup> Vgl. Caputi (1993), 103.

freundlicher Nachbar von nebenan, die amerikanische Öffentlichkeit erstmals schockierte. Im Herbst 1957 wurde der 51-jährige, sehr zurückgezogene lebende Ed Gein festgenommen, da er in Verdacht stand, eine Geschäftsfrau mittleren Alters, Bernice Worden, ermordet zu haben. Als die Polizei das abgelegene Farmhaus des Handwerkers in Plainfield, Wisconsin, durchsuchte, sollte sie einen der "grässlichsten Mordschauplätze in der Geschichte Amerikas" entdecken:<sup>1534</sup> Bernice Wordens verstümmelte Leiche war geköpft und mit aufgeschlitztem Bauch an einem Flaschenzug im Wohnzimmer aufgehängt worden. Menschliche Gesichter, die so fachkundig konserviert waren, dass die Polizei eine vermisste Frau wiedererkannte, hingen als Masken (ohne Schädel) an einer Wand. Weibliche Genitalien waren in Steinsalz konserviert, aus weiblichen Brustwarzen war ein Gürtel angefertigt. Gein gestand weiter, Gräber ausgeraubt zu haben, um an weitere menschliche "Souvenirs" zu gelangen und gelegentlich die Haut seiner Opfer angelegt zu haben, um damit "in tiefer Nacht unter dem Sommermond stundenlang auf seinem verlassenen Grundstück umherzuwandern"<sup>1535</sup>. Neben den menschlichen Überresten im Haus von Gein fand die Polizei stapelweise alte Zeitungen und Zeitschriften, die bis in die 1930er-Jahre zurückgingen und über Naziverbrechen im Zweiten Weltkrieg und Boulevardpresseberichte über die Geschlechtsumwandlung von Christine Jorgensen im Jahre 1952 berichteten. Des Weiteren fand sie Zeitschriften mit Geschichten des bekannten Krimi- und Fantasy-Schriftstellers Robert Bloch, unter anderem mit dem Titel *Psycho*. Der Serienmörder Ed Gein wurde damit zum Vorbild für Alfred Hitchcocks *Psycho* (1960), aber auch für einen Slasher-Film aus dem Jahre 1974: Tobe Hoopers *The Texas Chainsaw Massacre* mit seinem Schlächter-Protagonisten Leatherface (die Gesichtsmaske war gegerbte, menschliche Haut). Ellis spielt in den Beschreibungen der Tötungsrituale und mit Batemans Kannibalismus immer wieder direkt und indirekt auf diesen Serienmörder an (vgl. AP 119, AP 153 ff., auf der Halloween-Party AP 330 ff., in kannibalistischen Beschreibungen AP 344–45). Die schockierten Reaktionen und zugleich auch der Zuspruch bei Lesepublikum und Kritik in *American Psycho* wie bei vielen filmischen Serienmörderdarstellungen würden laut Falko Blask weniger aus den bereits bekannten Gewaltexzessen entstehen, sondern

der eigentliche Schockeffekt entspringt der eigentlichen wertfreien Darstellung der tötenden Protagonisten. [...] Diese abgrundtiefe Beunruhigung entsteht vielmehr durch das paradoxe Gefühl der Zuschauer, Bluttäter zu sehen, die sie für gewöhnlich moralisch ablehnen, die aber aufgrund fehlender moralischer Suggestionen und Gut-Böse-Vorgaben heimlich zur Identifikation einladen. Nicht der Film an sich ruft Entsetzen hervor. Der wirkliche Schrecken ist der über die eigene Gleichgültigkeit oder sogar Sympathie mit dem absolut Bösen. Diese Erfahrung ist ein Anschlag auf ethische Gewissheiten, der an den Grundlagen aller einst unbezweifelbaren Werte rüttelt. In einer Zeit der Plädoyers für Menschenrechte stellt Serienmord die absolute Tabuverletzung dar, die radikalste Abkehr vom Wert des Lebens.<sup>1536</sup>

Der Filmkritiker Robin Wood unterscheidet bei Slasher-Filmen (darunter würde auch *American Psycho* fallen) zwei Formen von Identifikation.<sup>1537</sup> Allerdings muss dabei auch grundsätzlich zwischen gängigen Horror-Produkten und traditionellen Horrorfilmen unterschieden werden:

There the monster was in general a creature from the id, not merely a product of repression but a protest against it, whereas in the current cycles the monster, while still produced by repression, has essentially become a superego figure, avenging itself on liberated female sexuality or the sexual freedom of the young [...] Where the traditional horror film invited, however ambiguously, an identification with the return of the repressed, the contemporary horror film invites an identification (either sadistic or masochistic or both simultaneously) with punishment.<sup>1538</sup>

Eine masochistische Identifikation würde die totale Hingebung an den Mördertäter bedeuten, um von ihm dadurch "erlöst" zu werden (siehe auch Carol Boones Heirat mit dem Serienmörder Ted Bundy nach seiner Verurteilung im Gefängnis). Die andere, sadistische Strategie würde die tatsächliche Identifikation mit dem Täter als Helden bzw. Vorbild bedeuten, wobei seine Taten die (vor allem männlichen) Fans erregten (siehe Nachahmungstäter). Patrick Bateman zitiert in *American Psycho* voller Stolz und in einer fast lexikalischen Aufzählung so viele Serienmörder als möglich von Ed Gein, Charles Manson, Son of Sam bis Ted Bundy, die in den 1980ern eine besondere Popularität genossen, wobei letzterer geradezu verehrt wurde. Mit dem von Bateman zitierten Porno-Filmtitel *Blond, Hot, Dead* und *Bloodhungry* "its ad line reads, 'some clowns make you laugh, but Bobo will make you die and he'll eat your body'" erwähnt Ellis den "Clown Bobo" und verweist damit auf einen weiteren populären Serienmörder der 1980er-Jahre, auf John Wayne Gacy. Der homosexuelle Serienmörder Gacy hatte nachweislich 33 junge Männer und Jungen umgebracht und war schlussendlich zum Tod durch eine

<sup>1534</sup> Leigh und Nickens, 18 ff.

<sup>1535</sup> Ebda.

<sup>1536</sup> Blask, 21 f.

<sup>1537</sup> Wood, 195.

<sup>1538</sup> Ebda.



Giftspritze verurteilt worden. Sein Ansehen als erfolgreicher Bauunternehmer, der in der Nähe von Chicago in katholische Pfarraktivitäten und in eine demokratische Stadtpolitik involviert war, sollte Gacy jedoch lange Zeit vor seiner Überführung als Serienmörder bewahren. Obwohl einige junge Männer – vergewaltigt und gequält – Gacy entkommen waren, sah die Polizei von einer Verfolgung Gacys ab, da diese Männer homosexuell waren und ein Skandal befürchtet wurde. Gacy hatte bereits 29 seiner Opfer unter seinem Vorstadthaus vergraben, als er schlussendlich wegen des Mordes eines nicht homosexuellen Nachbarsjungen verfolgt wurde. Der Serienmörder verewigte sein Alter Ego – einen gigantischen, böse grinsenden Clown mit dem Namen Pogo – nach dem Motto “A clown can get away with murder” später hunderte Male malerisch. Seine Bilder aus der Todeszelle fanden reißenden Absatz; auch David Letterman soll ein Bild von Gacy gekauft haben. Wie “normal” und in seinem Ansehen etabliert ein Serienmörder wirken konnte, bewies laut Serienmörderexperten Robert Keppel Ted Bundy: “He [Ted Bundy] taught us that a serial killer can appear to be absolutely normal, the guy next door. [...] He looked upon others as objects, not people to be loved or hated, just objects.”<sup>1539</sup> Und Ellis verwendete genau dieses Objektbewusstsein eines Psychopathen, um es metaphorisch mittels seines Yuppies Bateman in die Wall Street-Szene zu transportieren und dadurch Kritik am spätkapitalistischen System und dessen Warencharakter zu üben. Trotz erwiesener Schuld (mehr als 50 Morde sind bekannt) wurden Bundys “mörderische” Taten von einem großen Teil der amerikanischen Öffentlichkeit nicht mit seinem Image – seinem Charme, seiner Redegewandtheit und Intelligenz – in Zusammenhang gebracht. Bundy schien einfach zu *normal*, um mit den sich häufenden Sexualmorden in Washington, D.C. Anfang der 1970er-Jahre (Bundy soll bereits 1961 als 15-Jähriger ein kleines Mädchen getötet haben) und mit den Morden in Utah nach seiner Übersiedlung dorthin Mitte der 1970er-Jahre in Verbindung gebracht zu werden. Nach zwei Fluchtversuchen wurde Ted Bundy schlussendlich in Florida wegen des Mordes an zwei Frauen (sein letztes Opfer 1978 war ein 12-jähriges Mädchen) festgenommen und zum Tode verurteilt. In seinem Plädoyer führte er seine “Unzurechnungsfähigkeit” als Grund für ein “verringertes Verantwortungsgefühl” an. Bundy wurde all diese Jahre, die er bis 1989 in der Todeszelle verbrachte, in einem bis dahin unbekanntem und unglaublichen Maße von weiblichen wie männlichen Fans verehrt. Vergleiche im Folgenden auch Jane Caputis Auseinandersetzung mit der Mythisierung Bundys in “The New Founding Fathers: The Lore and Lure of the Serial Killer in Contemporary Culture”:

Ironically, it was just months after the 1988 centennial celebration for the mythic father of sexual murder, that the focus effortlessly shifted to that paradigmatic son, Bundy – to the drama leading up to his execution, January 24, 1989, and the revelry that accompanied it. In the days preceding his death, Bundy’s story dominated the mass media, memorializing and further mythicizing a killer who had already been the subject of scores of book chapters, articles, five books, and a made-for-TV movie (where he was played by Mark Harmon, an actor whom *People Weekly* once gushed over as the ‘world sexiest man’). On the morning Bundy went to the electric chair, hundreds [...] gathered across the street from the prison. [...] The most common journalistic metaphor for the overall scene invoked carnivals, circuses, or tailgate parties before a big game.<sup>1540</sup>

Am Abend seiner Exekution strahlten alle drei Netzwerke ein Interview aus, das der Psychologe und religiöse Fernsehprediger James Dobson mit Ted Bundy kurz vor seiner Exekution geführt hatte. Darin hatte sich Bundy als “Opfer der Pornografie” reklamiert. Der Journalist John Leo, der Bundys Medienauftritte verfolgt hatte, begründet Bundys Legitimation für einen solchen Sendeauftritt damit, dass der Serienmörder sich sozusagen am Ende des Interviews für den “Schaden”, den er angerichtet hatte, entschuldigt.<sup>1541</sup> Auf die von Dobson “einfühlsam” gestellte Frage “How did you feel when you killed the 12-year-old girl?” soll Bundys Stimme, der bis dahin weder Gewissensbisse noch Reue gezeigt hatte, tatsächlich und fernsehwirksam kurzzeitig geschluchzt haben. Nach Leo bot Bundy Dobson all das, was dieser hören wollte und was in eine konservative Gesellschaftspolitik passte: “Bundy offered the traditional left-wing explanation for crime (‘the environment made me do it’), but with a traditional right-wing twist (the environment was pornography, not poverty or discrimination)”<sup>1542</sup>. Bundy selbst meinte, er sei immer ein guter Junge gewesen, ein “all-American boy”, der von aufmerksamen Eltern (er war ein uneheliches Kind) großgezogen worden sei.

As in most sociological explanations, there was no moral agent at work in Bundy’s world, no decisions for good or evil, just a passive and luckless fellow snatched from rectitude by the irresistible force of porn. *Snatched* was Bundy’s word, and like a departing President, Bundy issued his farewell warning: Porn can reach into any home and snatch away a son or brother for a lifetime of serial killing.<sup>1543</sup>

<sup>1539</sup> Bruccoli and Layman, *AD 80s*, 345.

<sup>1540</sup> Caputi (1990), 4.

<sup>1541</sup> John Leo, “Crime: That’s entertainment,” *US News & World Report* 6 February 1989: 53.

<sup>1542</sup> Ebda.

<sup>1543</sup> Ebda.

Erstmals wurde einem Serienmörder mit diesem Fernsehinterview ein Medienforum geboten, welches zusätzlich zu einer Verharmlosung Ted Bundys und seiner Taten führen würde. Aber auch die vielen Bundy-Biografien trugen zur Legendenbildung dieses Serienmörders bei, wie beispielsweise der 1980 erschienene *true-to-crime*-Bestseller *Stranger Beside Me* von Ann Rule, einer Polizeibeamtin in Seattle und Kollegin Ted Bundys bei einer ehrenamtlichen Telefonseelsorge Anfang der 1970er-Jahre. 1981 erscheint *The Phantom Prince: My Life With Ted Bundy* von Elizabeth Kendall (Verlagsbeschreibung des Buches: “*The Phantom Prince* is a first-hand account of Ted’s behavior and whereabouts during his pre-Florida years. [...] this book is full of fascinating, intimate details which provide a rare glimpse of Ted’s ordinary life.”). 1989 gab es bereits fünf Bücher über Ted Bundy, dessen Fall mehrfach und aus unterschiedlichster Sicht erzählt wurde. Es folgten weitere Romane wie *Pig out with Peg: secrets from the Bundy family kitchen* (1990) von Peg Bundy, Richard W. Larsens *Bundy: The Deliberate Stranger* (1991), Stephen G. Michauds und Hugh Aynesworths *Ted Bundy: Conversations With a Killer* (1991), Polly Nelsons *Defending the Devil: My Story As Ted Bundy’s Last Lawyer* (1994) und Robert D. Keppels *The Riverman: Ted Bundy and I Hunt for the Green River Killer* (1995):

For the first time, those conversations [between Keppel and Bundy] are revealed – conversations in which Bundy speculates about the motive and methods of the Green River Killer and, finally, reveals his own secrets. How did Bundy select, stalk, and charm his victims? How did he outfox and elude the police for so long? What violent sexual fantasies drove him to kill? What powerful compulsion demanded that he keep killing even as the police closed in? Now, as never before, we look into the face of evil ... and into the heart of the country’s most notorious serial killer.

With never before seen photos!<sup>1544</sup>

[...] the incessant mythicization/heroization of the misogynist killer encourages the emergence of “New Jack the Rippers”, men eager to fill out the archetype of the criminal genius/monster, whose exploits are reviled but simultaneously celebrated in the popular culture.<sup>1545</sup>

Mit der Popularisierung von (Serien-)Morden hat sich in den 1980er-Jahren ein neuer Zweig in der Kriminalliteratur entwickelt: *true-crime*-Romane. Wurde das Standardwerk *Cold Blood* (1959) von Truman Capote als eines der ersten Werke des *New Journalism* hohem literarischen Anspruch gerecht, durchforstete die neue Autorengeneration Gerichtssäle nach neuen Opfern. *Fatal Vision* (1984) wurde sogar verfilmt, der *preppie*-Mord des “Robert Chambers” an Jennifer Levin im Central Park in NYC 1988 erschien als *Wasted* von Linda Wolfe. Die Beweggründe für Menschen, einen Roman über ein wahres Verbrechen zu lesen, sind vielseitig, wie Deborah Cameron in ihrem Artikel “Pleasure and Danger, Sex and Death: Reading True Crime Monthlies” 1990 feststellt:<sup>1546</sup> Ein *true-crime*-Roman kann ein Ventil für unterschiedliche Ängste sein, die mit einem klar definierten Verbrechen kanalisiert und verarbeitet werden, er kann LeserInnen “Verbrechensprävention” bieten oder aber nur ein voyeuristisches Bedürfnis befriedigen: “There’s no field more prone to charlatanry than nonfiction crime writing. There is more crap being written under that guise than any other genre.” (Jack Olson in Cameron) “I hope for a subversive effect, reaching people who would not read a 400-page nonfiction history of a crime and theoretical discussion of child abuse.” (Susan Brownmiller in Cameron) Schlussendlich kommt die britische Sprachwissenschaftlerin in ihrer Auseinandersetzung mit dem Phänomen der *True Crime Monthlies* zum Schluss, dass reale Mordbeschreibungen darin als Akt der Selbstbestätigung bzw. Freiheit dargestellt werden und den (Serien-)Mörder in der Folge zum letzten echten Symbol eines freien Individuums in einer kapitalistischen Gesellschaft machen würden.<sup>1547</sup> “The psychos and loonies of today are perfectly cast for an age inured to intense violence.”<sup>1548</sup> In seinem 1991 in der *New York Times* erschienenen Artikel über das Serienmörder-Phänomen “Now Starring, Killers for the Chiller 90’s” vergleicht James Caryn verschiedene Serienmörder-Populärkulturtexte, die in den 1980ern und 1990ern erschienen sind und das Phänomen popularisiert und zugleich ästhetisiert haben. Die Serienmördertexte selbst sind genreübergreifend und reichen von dem kurzzeitig laufenden Off-Broadway-Musical *Assassins* von Stephen Sondheim und John Weidman, John McNaughtons Film *Henry: Portrait of a Serial Killer* (1990), *The Silence of the Lambs* (1991) von Jonathan Demme, *Sleeping with the Enemy* (1991) und ihren filmischen Fortsetzungen zum ersten bekannten Serienmörderpaar 1932 “Bonny and Clyde” und ihrer ersten gleichnamigen Verfilmung 1967 bis hin zu Oliver Stones Film *Natural Born Killers* (1994)<sup>1549</sup>. Caryn belegt, dass das, was angeboten wird, auch

<sup>1544</sup> Inhaltsangabe auf der Rückseite des Buches von Robert D. Keppel, *The Riverman: Ted Bundy and I Hunt for the Green River Killer*. (New York: Simon & Schuster, 1995)

<sup>1545</sup> Caputi (1990), 4.

<sup>1546</sup> Deborah Cameron, “Pleasure and Danger, Sex and Death: Reading True Crime Monthlies” in *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?*, ed. Gary Day (New York: St. Martin’s Press, 1990) 131–38.

<sup>1547</sup> Ebda.

<sup>1548</sup> Caryn James, “Now Starring, Killers for the Chiller 90’s,” *The New York Times* 10 March 1991, Late ed.: PH 1.

<sup>1549</sup> Luc Sante, “The glamorization of violence,” *Vogue* (September 1994): 532–35, 617–18.

willing konsumiert wird, wobei die Hemmschwelle der Gewaltdarstellung und De-Sensibilisierung mit jedem Populärkulturtext niedriger angesetzt ist und im Weiteren durch immer neue Gräueltaten überboten werden muss.

Siehe *SEX and VIOLENCE in den 1980ern*

### Seven Sisters

Ein Sammelbegriff für den 1915 getätigten Zusammenschluss verschiedener elitärer Frauenuniversitäten im Nordosten der USA zur Verfolgung gemeinsamer Interessen und Zugangsmöglichkeiten. *Seven Sisters* gilt als weibliches Äquivalent zur *Ivy League* und besteht aus den folgenden Universitäten: Mount Holyoke College (South Hadley, Massachusetts), Vassar College (Poughkeepsie, New York), Wellesley (Wellesley, Massachusetts), Smith College (Northampton, Massachusetts), Bryn Mawr College (Bryn Mawr, Pennsylvania), Barnard College (New York City, NY) und Radcliffe College (Cambridge, Massachusetts).

Siehe *Radcliffe College* und *Vassar College*

### SEX and VIOLENCE in den 1980er-Jahren: Der größte gemeinsame Publikumsnenner

Im Gegensatz zu den europäischen Filmen verbot Hollywoods berühmt-berüchtigter Produktionskodex in den amerikanischen Filmen vor 1960 die implizite wie explizite Darstellung von Sexualität, aber auch von Gewalt bzw. die Verwendung von Fluchwörtern (der Western als ideologisches Frontier-Genre war dabei immer ausgenommen). Sexuelle Begierde als Teil des menschlichen Lebens oder Alltags durfte nicht gezeigt werden, sondern überstand die Filmzensur nur, wenn die Objekte der Begierde – die Frauen – “displaced”, exotisch oder/und zu weiblichen Idealen (wie Greta Garbo, Marlene Dietrich) hochstilisiert und damit unerreichbar waren.<sup>1550</sup> Alfred Hitchcocks Film *Psycho* im Jahr 1960 sollte die Wende in der US-amerikanischen Filmgeschichte bringen. Mit dem erstmaligen, in den Film subtil eingewobenen Angstfaden und der gleichzeitigen, gezielten Steuerung des Publikumsvoyeurismus vermochte Hitchcock eine neue Empfindung – nämlich “Horror” – zu produzieren. Diese besondere Mischung von erotisierter Begierde und Angst war bis dahin im amerikanischen Kino unbekannt und sollte als Kurzformel ‘sex and violence’ für neue, durchaus ineinandergreifende Filmgenres paradigmatisch wirken. Die FilmemacherInnen begannen nach 1960 an den jeweils gesetzten Grenzen zu rütteln und diese kontinuierlich zu verschieben: Die Filmkritikerin Linda Williams verweist hierbei insbesondere auf das Genre der Hardcore-Pornografie, das ausschließlich darauf begründet war, die Grenzen von Darstellungsstandards im Mainstreamfilm zu überschreiten. Und das erwies sich Williams zufolge in der Darstellung von Frauen als durchaus positiv:

Frequently cited as the place where sexual representation reveals the fundamental misogyny of all representation, it turns out to be one of the few places where sexual representation functions for purposes of pure arousal, and one of the few places in all cinema where women could be seen seeking sexual pleasure without being punished.<sup>1551</sup>

Doch egal, ob es sich um Kunst oder Ausbeutung, um Mainstream- oder Minderheitenkino handelte, die “sexualisierte Erregung” sollte immer mehr Teil des amerikanischen Filmschaffens werden.<sup>1552</sup> Die Verbreitung von *sex and sensationalism* im Film bzw. die Industrialisierung der Sexualität würde nach Williams zwar zu einem natürlicheren Umgang mit Sexualität und mehr persönlicher Freiheit quer durch alle sozialen Schichten führen, jedoch auch eine bis dahin ungekannte Vereinnahmung der Privatsphäre bringen.<sup>1553</sup> Grundlegend für diese Entwicklung waren das US-Obscenity Law und das ab 1968 eingeführte US-amerikanische Rating-System, das den bis dahin geltenden Hollywood Production Code ersetzte. Mit der Einführung der Alterskategorisierung im neuen Rating-System wurde die Darstellung von ‘sex and sensationalism’ vorab legitimiert und Sexualität als neue “Antriebsfeder” in der Filmindustrie akzeptiert. Der Darstellung von Sexualität in Filmen war damit ihre offizielle Rechtfertigung und filmische Vermarktung zugleich gegeben. Williams:

If cinema, since the 1960s, has become an increasingly obscene arena of representation – in the literal sense of the word as bringing on – scene what was once off-scene – it is not simply because a

<sup>1550</sup> Williams, 491–92. Williams Text “Sex and Sensation” ist auch eine Grundlage für meine weiteren Ausführungen.

<sup>1551</sup> Ebda., 495. Vgl. auch Linda Williams, *Hard Core: Power, Pleasure, and the “Frenzy of the Visible”* (University of California Press, Berkeley and Los Angeles, 1989)

<sup>1552</sup> Williams in *The History of World Cinema*, 495 f. Williams verweist weiter auf Michel Foucault und sein Werk *History of Sexuality* (New York: Pantheon, 1978): Nach Foucault müsse diese plötzlich einsetzende Sexualisierung des Alltagslebens auch im Kontext verschiedener gleichzeitig stattfindender Diskurse über Sexualität in der Sexologie, Psychoanalyse und Werbung gesehen werden, wobei diese Diskurse allesamt *power-pleasure relations*, Machtbeziehungen zwischen den Geschlechtern, zur Grundlage haben.

<sup>1553</sup> David James (1989) in Williams, 496. Siehe hierzu vertiefend dessen Werk *Allegories of Cinema: American Film in the Sixties* (New Jersey: Princeton University Press, 1989).

liberalization of censorship has permitted the emergence of erotic and violent contents that were once suppressed. Rather, it is because the very censorship that had kept such contents off-scene from a mass-market audience also had the effect of making them rare, desirable, and hence marketable. Once marketable the very notion of obscene effectively disappears. Everything comes on-scene; the only question is how and for whom.<sup>1554</sup>

Während Gewalt in *Psycho* nur angedeutet, aber nicht explizit gezeigt wurde, hatte der Film viele Filmschaffende erstmals ermutigt, auch Gewalt sehr realistisch darzustellen. 1963 leitet der Kultregisseur Herschell Gordon Lewis mit *Blood Feast* die Ära der Gore-Filme, der Gruselschocker, ein. Einem Mädchen am Strand wird der Kopf abgerissen. Zunge und Gehirn werden aus dem abgerissenen Kopf chirurgisch entfernt, sowie ein Bein amputiert und dieses Geschehen dabei detailgetreu gefilmt. Weitere billig produzierte Psycho-Horror-Filme wie *Texas Chainsaw Massacre* (1974), welche zunächst nur für ein Kultpublikum eingeschränkt veröffentlicht wurden, folgten und fanden als billige Exploitationfilme Ende der 1970er-Jahre über das Video zunehmend im Mainstream ihre Verbreitung. Der Regisseur David Cronenberg sollte unter anderem mit dem *splatter movie*, in dem die Darstellung von Gewalttaten von "blood and guts" begleitet wird, das populäre Horrorgenre mit einem weiteren Filmtyp ausbauen.<sup>1555</sup> Bei der Darstellung sexualisierter Alltagsgewalt ist jedoch insbesondere das Genre der Slasher-Filme hervorzuheben: Diese Sexploitationfilme zielen auf junge, männliche Heranwachsende und zeigen extreme Formen von sexualisierter Gewalt; da es darin jedoch zu keiner explizit dargestellten Sexualität kommt (es werden weder Genitalien noch der Geschlechtsverkehr gezeigt), fallen Slasher-Filme trotz ihrer Brutalität auch nicht unter das Obszönitätsgesetz und konnten von Anfang an legal vermarktet werden.<sup>1556</sup> In *American Psycho* erwähnt Bateman einige Slasher-Filme namentlich oder zitiert diese inhaltlich, wie zum Beispiel *Halloween*, den Film, der ab 1978 die serienmäßige Ausschachtung des "Slasher"-Genres einleitete; 1980 wurden vier weitere Folgen produziert, in denen jeweils ein suspekter Held eine Frau tötete. Bateman erwähnt auch *A Nightmare on Elm Street* (1984) und *Friday the 13<sup>th</sup>: Part 7*. Folge 7 in dieser Serie aus dem Jahr 1989 stellte den letzten und brutalsten Teil der Horror-Serie mit Jason, dem Star mit der Eishockeymaske, dar. Vergleiche in diesem Zusammenhang auch die Veröffentlichungsdebatte um *American Psycho* und die Doppelmoral des Verlages Simon & Schuster, Ellis' Roman wegen der expliziten Darstellung von Gewalt in letzter Minute nicht zu veröffentlichen. Die Mutterfirma von Simon & Schuster, Paramount Communications, produzierte (ganz nebenbei) die *Friday the 13<sup>th</sup>*-Horrorfilme. In Anbetracht des repressiven Kulturklimas ist neben der Verbreitung all dieser ehemaligen Undergroundfilme über das Video bzw. Kabelfernsehen die Flut an "Stalker"- und "Slasher"-Filmen aus Hollywood in den 1980ern als antifeministischer Rückschlag zu bewerten – ebenso wie es die Produktion hochbudgetierter, sensationsorientierter Mainstream-Filme und hochstilisierter Erotik-Thriller war. Die Kult- und Avantgarde-Regisseure Francis Ford Coppola, Martin Scorsese und Brian de Palma hatten begonnen, sich in ihrem Filmschaffen verschiedener technischer und literarischer Strategien zu bedienen, wobei sie sich ästhetisch ambitioniert auf das Erfolgsmuster von 'sex and violence' stützten. Beispiele dafür sind Brian de Palmas *Dressed to Kill* (1980) und *Body Double* (1984), Ken Russells *Crimes of Passion* (1984), David Lynchs *Blue Velvet* (1986), Alan Parkers *Angel Heart* (1987) oder der Blockbuster *Fatal Attraction* (1987) von Adrian Lyne und Paul Verhoevens *Basic Instinct* (1992). Nach Williams steht in allen diesen Filmen die Wut gegen Frauen (gegen die eigene Mutter bzw. das Matriarchale) oder das "Weibliche" im Manne im Mittelpunkt der männlichen Aktionen, die allesamt Gewalt gegen Frauen porträtieren; wobei in *Blue Velvet* und *Angel Heart* parallel hierzu durchaus auch das soziale Konstrukt von Männlichkeit kritisiert wurde:

[...] *Dressed to Kill* and *Crimes of Passion* echo Hitchcock's classic *Psycho* in their attempts to define transsexuality as a tragic schism between male desire to be a woman and male hostility toward the woman who is biologically female, both might be viewed as sympathetic portrayals of the double bind of women destined to be loved and hated, pursued and persecuted, imitated and immolated.<sup>1557</sup>

War die Darstellung von Sexualität und Gewalt in diesen Filmen ob ihres Avantgarde-Anspruches als Mittel zum Zweck geheiligt, fand nichtsdestoweniger eine mainstreamige "Ästhetisierung von Gewalt als Selbstzweck in immer raffinierteren und grausameren Variationen"<sup>1558</sup> statt. Bei dieser neuen Darstellung von *sex and violence* würden jedoch laut Arno Heller, der das Phänomen Gewalt in der amerikanischen Gegenwartsliteratur untersucht hat, die "sozialen und psychologischen Begleitumstände der Gewalttaten, ihre Legitimierung, Motive und Konsequenzen in den Hintergrund

<sup>1554</sup> Williams, 496.

<sup>1555</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 76–77. Vgl. auch Richard Zoglin, "Invasion of the Wild Things: TV is overrun with thrills, chills and delicious horrors," *Time* 6 November 1989: 88–89.

<sup>1556</sup> Vgl. Itzin, 449.

<sup>1557</sup> Susan Gubar and Joan Hoff, 6 in Williams, 449.

<sup>1558</sup> Heller, 34.

rücken.[...] [Diese] Tendenz zur Verselbständigung, Intensivierung und lustbetonten Versinnlichung hat sich in den Siebziger- und frühen Achtzigerjahren dramatisch verstärkt.”<sup>1559</sup> Laut Heller würden die oben erwähnten Filme und insbesondere Brian De Palmas Film *Body Double* (1984) “den endgültigen Bruch mit der herkömmlichen Filmkultur [manifestieren]. Vom Zuschauer werden nicht mehr die üblichen Rezeptionsvoraussetzungen wie Aufmerksamkeit, Teilnahme, Einfühlung oder gar Reflexion verlangt: an ihre Stelle tritt die bedingungslose Auslieferung an Effekte, gleichgültig wie inhaltsleer und sinnlos diese auch sein mögen.”<sup>1560</sup> Jahre später sollte der Cineast Richard Corliss in seinem Artikel “Vidiocy” eine neue Praxis der gezielt kommerziellen Ausschlichtung von erotischem Material aus Nicht-Pornofilmen über den Videorecorder beschreiben: “The Bare Facts” ist eine in bestimmten Buchläden und Videogeschäften unter der Hand erhältliche Broschüre von Craig Hosoda, die anhand des Timecodes und einer kurzen, bewerteten Szenenbeschreibung (\*, \*\*, \*\*\*) alle Nacktszenen aus verschiedenen Filmen angibt:<sup>1561</sup> “Helen Slater in *Happy together* (1988) 0:17 – Brief right breast changing clothes while talking to Patrick Dempsey. Unfortunately, she’s got a goofy expression on her face\*\*”, oder es ist so pervers wie die Angabe der 27. Minute der HBO-Dokumentation *The Simon Wiesenthal Story* “buns and brief frontal nudity standing in and leaving a line in a concentration camp.\*\*” Corliss:

Today, satisfaction wants only the press of a button: . . . FAST FORWARD through the grudging bits of plot; SLOW for the production numbers; then the PAUSE that refreshes. The process is all too easy. It obliterates the old mystery. It upends the former roles of exhibitionist (the dominant) and voyeur (the supplicant). It sterilizes the distorted [...] Now the women onscreen – little things, midgets playing at being mistresses, whatever their nasty words and naughty deeds – are toy hours in a video harem. Man is in control. [...] Ostensibly, *The Bare Facts* is reductive (from personality to primary and second sexual organs) without being sexist (men and women get equal treatment). But the timidity of the typical male star guarantees an inequality of subjects: four times as much space is devoted to actresses as to actors. And the avidity of most male viewers guarantees a market for the book. It won’t be bought by Emmet Walsh fans, but by appraisers and objectifiers of women.<sup>1562</sup>

Ende der 1990er-Jahre dann erscheinen “America’s Sickest Home Videos”, unzensuriert und als neuer Kassenschlager menschlicher Perversionen, auf dem Videomarkt. Ausschlaggebend für die Sexualisierung des Alltagslebens war – neben der Distribution dieser *sex and violence*-Filme durch das Kino, Kabelfernsehen und Video – vor allem die Rezeption des Publikums, welches in seiner Wahrnehmung gegenüber der Darstellung von *sex and violence* zunehmend unempfindlicher und damit auch gleichgültiger wurde.

Siehe *Snuff-Film* und *PORNOGRAFIE in den 1980ern*

### **Shamask, Ronaldus**

Ein aus den Niederlanden stammender und in Australien aufgewachsener Modeschöpfer (\* 1945), der als Architekt mit Formen und Schnitten experimentierte und zunächst zwei- und dreidimensionale Kleider kreierte. Mit der Eröffnung eines eigenen Modegeschäftes Ende der 1970er-Jahre in New York hat Shamask 1981 mit seinem spiralförmigen Hut seinen internationalen Durchbruch. Er war in den 1980er-Jahren einer der ersten Modeschaffenden, der sich für japanische Mode interessierte und eigene Hakama-Hosen entwarf und der seit 1985 für eine in Stoffen und Farben ungewöhnliche Herrenmode steht.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Shar-Pei**

Eine im Kommunismus stark dezimierte, alte chinesische Familienhunderasse mit tiefen Augenfalten und blauschwarzer Zunge, die in den 1980er-Jahren als teurer Schoßhund einen Boom in den USA erlebte.

Siehe *HUNDE in den 1980er-Jahren*

### **Sharp**

Ein 1912 in Japan gegründetes Elektronik- und Hightech-Unternehmen, dessen Name auf die erste Erfindung der Firma, den mechanischen Bleistift, *ever-sharp*, 1915 zurückgeht. Nach weiteren Produktentwicklungen erfand Sharp 1982 auch den ersten LCD (Liquid Cristal Display)-Taschenrechner. Diesem folgten 1988 der weltweit erste farbige und hochauflösende TFT-LCD-

<sup>1559</sup> Ebda., 35.

<sup>1560</sup> Ebda.

<sup>1561</sup> Craig Hosoda, *The Bare Facts Video Guide* (Santa Clara, CA: Bare Facts 1991. Revised and updated edition: 2000. V) 1016.

<sup>1562</sup> Corliss, 54 f.

Flachbildschirm im 14-Zoll-Format, eine Kombination von Computer und Fernseher und 1989 100-Zoll große LCD-Videoprojektoren für ein hochauflösendes und großformatiges Heimkino.  
Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Shepard, Sam**

Ein US-Dramatiker und Schauspieler, eigentlich Samuel S. Rogers (\* 1943, † 2017), der in seinen Bühnenstücken auf satirische Art und Weise Elemente der Popkultur verarbeitete und die amerikanische Familie darin "entmythologisierte".

### **Sherman, Cindy**

Eine US-amerikanische Fotografin Sherman Cindy Morris (\* 1954) und feministische Künstlerin, die mit ihren Selbstporträts in unterschiedlichen Verkleidungen und Posen, zunächst in Schwarz-Weiß und später in Farbe, international bekannt wurde und Rollenbilder und Identitäten über eine subtile bis plakative Darstellung von Sexualität und Gewalt (der klassischen Formel für "Horror") hinterfragt.  
Siehe *KUNST in den 1980ern*

### **Shiatsu massage**

Eine japanische, aus der chinesischen Massage entwickelte Behandlungsform, wo durch Drücken und Massieren der Energieleitbahnen (Meridiane) im Körper Blockaden derselben gelöst werden. Die fernöstliche Technik *Shiatsu* hatte im Zuge des neuen Gesundheits- und Körperbewusstseins der Yuppies in den 1980er-Jahren ihren weltweiten Durchbruch.

### **Shirelles, The**

Eine US-amerikanische Girlgroup der späten 1950er- und frühen 1960er-Jahre, die auch als eine der wenigen ihre eigenen Songs schrieb und als Girlgroup bis in die frühen 1980er aktiv war.  
Siehe *Crystals, The* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Shlomo**

Ein hebräischer männlicher Vorname mit den Varianten Salim, Salome, Salomo, Salomon und Solomon. Der Ausdruck wird auch als abwertender, antisemitischer Schimpfname gebraucht.

### **SHOPPING: Das Konsumieren wird zum Lebensinhalt in den 1980er-Jahren**

Eine kulturelle Praxis des Einkaufens, um sich – in der Meinung etwas Gutes zu tun – vom Produktangebot zum Konsumieren "inspirieren" und "verführen" zu lassen. In einem eigenen Kapitel mit dem Titel "Shopping" (*AP* 176–80) rast Bateman kaufwütig von einem Kaufhaus ins andere. Er ist in einem drogenähnlichen Kaufrausch und verliert sich auch sprachlich in abgehakten und atemlosen Satzfragmenten und darin in einer Aufzählung des unzählbaren Warenangebots, so als ob er sich mit den Produkten die eigene Existenz bestätigen müsste:

[...] paisley ties and crystal water pitchers, tumbler sets and office clocks that measure temperature and humidity and barometric pressure, electric calling card address books and margarita glasses, valet stands and sets of dessert plates, correspondence cards and mirrors and shower clocks and aprons and sweaters and gym bags and bottles of champagne and porcelain cachepots and monogrammed bath sheets and foreign-currency-exchange minicalculators and silver-plated address books and paperweights with fish and boxes of fine stationery and bottle openers and compact discs and customized tennis balls and pedometers and coffee mugs [...]  
(*AP* 178)

Was Bateman zunächst im Kaufhaus "Bergdorf's" und später im "Bloomingdale's" am Clinique-Verkaufsstand kauft, sind sechs Stück derselben Rasiercreme, welche er dann mit seiner Platinum-Kreditkarte begleicht.

Some kind of existential chasm opens before me while I'm browsing in Bloomingdale's and [...] I head toward the Clinique counter where with my platinum American Express card I buy six tubes of shaving cream [...] and I decide this emptiness has, at least in part, some connection with the way I treated Evelyn at Barcadia the other night, [...]. (*AP* 179)

Im selben Kaufrausch an anderer Stelle im Roman wird Bateman sogar zwei weitere gleiche CDs von seinem Lieblingssänger kaufen. Es geht Bateman alleinig ums Besitzen, wobei die "existentielle" Leere oder Kluft (wie im Zitat oben) grundlegend für den Antrieb im Konsum-Kreislauf ist: Bateman ist unentwegt im Zustand eines 'eternal state of desire'<sup>1563</sup> gefangen und strebt kontinuierlich nach der Erfüllung des Verkaufsversprechens, um sich mit dem Kauf des Produktes selbst zu bestätigen.

<sup>1563</sup> Vgl. Day, 5 und meine Ausführungen zur Entwicklung des Konsumkreislaufes in *Teil I zum Hyperkonsumismus*.

Logischerweise kann mit dem Produktkauf nicht ein (emotionales) Versprechen mitgekauft werden; was bleibt, ist die Leere nach dem Kauf, Antrieb für den nächsten Kauf bzw. Konsum – exemplarisch illustriert anhand des Zitates oben. Ein Phänomen der 1980er-Jahre bzw. die Volkskrankheit Nr. 1 in Amerika war der *Shopaholism*<sup>1564</sup>, zwanghafte Kaufräusche, wobei nicht nur Frauen, sondern auch viele Männer im ‘unwiderstehlichen Konsumzyklus’ gefangen waren. Mit dem Angebot an immer “neuen” Produkten und dem gleichzeitigen, teilweise sehr subtilen Medien- wie Gesellschaftsdiktat nur über den Kauf dieser “neuen” Produkte up to date zu sein, haben sich Angebot und Nachfrage verselbständigt, wobei das exzessive Konsumieren dabei kontinuierlich Selbstlegitimation und -bestätigung findet. Gekauft wurde ein Produkt oder eine Dienstleistung, weil man/frau sich – wie Abertausend AmerikanerInnen – etwas Gutes tun wollte und auch von politischer Seite her auf das Recht, sich etwas zu leisten, gedrängt wurde. Das Einkaufen mit der Kreditkarte in Einkaufszentren (*shopping malls*) und/oder über das Home Shopping-Fernsehen erleichterte nicht nur rein technisch, sondern auch emotional “entfremdet” den eigenen Eintritt in diesen Teufelskreis der “Konsumspirale”. Eine Infragestellung des übermäßigen Produktangebotes und des exzessiven Konsumierens schloss sich – darin einmal gefangen – aus, da dies die Infragestellung der eigenen Existenz und Bedürfnisbefriedigung bedeutete.

Siehe *Teil I zum Hyperkonsumismus*

### **Shout**

Ein New Yorker Magazin (D&G Publishing, Inc.), *Shout New York*, das eine Mischung aus Stadtzeitung und Manhattan-Werteagenda darstellt und eine Breite an Lifestyle-Themen in längere Artikel mit einem leicht leserlichen Konversationston packt.

### **Sidonie Larizzi**

Eine französische Top-Designerin für Frauenschuhmode mit algerischen Wurzeln, die für ihre hochhackigen und eleganten Schuhe berühmt ist und seit vielen Jahren mit internationalen Top-Designern wie Ungaro, Chloé, Chantal, Oscar De La Renta, Lacroix usw. zusammenarbeitet. 1978 entwirft sie ihre eigene, gleichnamige Modemarke und eröffnet gleichzeitig ihre einzige Schuhboutique in Paris, später weltweit. Ihre extravaganten individualistischen Schuhkreationen umfassen klassische Schuhmaterialien wie Krokodil- und Eidechsenleder sowie ungewöhnliche Materialien wie Kork und Stroh.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Sigmund and the Sea Monsters**

Eine US-amerikanische Liveshow am Samstagmorgen auf NBC (1973–75), von Sid und Krofft-Productions produziert. Zwei Brüder nehmen ein vor seiner Familie geflüchtetes Meeresmonster namens Sigmund in Schutz; es hatte sich – anders als seine Spezies – geweigert, Menschen zu erschrecken.

Siehe *H. R. Pufnstuf* und *Lidsville*

### **“Silent Night”**

Ein Weihnachtslied, auf Deutsch “Stille Nacht”, das von den Österreichern Franz X. Gruber (Musik) und Josef Mohr (Text) zwischen 1816–18 verfasst wurde und auch in den USA zu Weihnachten Tradition hat.

### **Silkience**

Ein US-amerikanisches Haarshampoo. Evelyns Ausspruch “Silkience Equals Death” in dem Gespräch mit ihrem Freund Patrick Bateman in *American Psycho* ist eine Anspielung Bret Easton Elliss’ auf eine von Homosexuellen organisierte US-weite Anti-AIDS-Kampagne in den 1980er-Jahren, bei der T-Shirts mit dem Aufdruck eines pinkfarbenen Dreiecks und der symbolischen Aussage *Silence Equals Death* getragen wurden. Damit ist der soziale Kontext dieser Aussage klar. Batemans Korrektur von Evelyns bereits falsch verwendetem Wort “Silkience” durch das Wort *Science* stellt wiederum keine Anspielung auf die Wissenschaft (und damit auf die Ernsthaftigkeit des Themas selbst) dar, sondern ist ein pures Wortspiel auf ein weiteres, bei Yuppies in den 1980ern tatsächlich existierendes, sehr populäres Haarshampoo namens *Senscience*. Dieser kontextualisierte Wortwechsel belegt neben dem humoristischen Grundton die Totalität der porträtierten Konsumentenmentalität sowie die dadurch freigelegte Desensibilisierung.

Siehe *AIDS und HOMOPHOBIE*

<sup>1564</sup>

Carol Wesson untersuchte in ihrem Buch *Women Who Shop Too Much: Overcoming the Urge to Splurge* (New York: St. Martin's Press, 1990) das Einkaufsverhalten der AmerikanerInnen erstmals sehr breit und prägte dabei den Begriff des “Shopaholism”.

### **Simon, Carly**

Eine sehr populäre US-amerikanische Liedermacherin (\* 1945), die nach vielen Jahren im Duett mit ihrer Schwester Lucy in den 1970er-Jahren ihren Solo-Durchbruch und einen ersten Höhepunkt feierte. Mitte der 1980er-Jahre hatte Simon ein Comeback mit Songs in verschiedenen Kinofilmen und gewann mit "Let the River Run" aus dem Film *Working Girl* (1988) einen Grammy und einen Oscar. Simon stammt aus einer reichen New Yorker Familie; ihr Vater Richard war Mitbegründer des Simon & Schuster-Verlages, der die Veröffentlichung des Romans *American Psycho* abgelehnt hatte. Siehe *MUSIK in den 1980ern* und *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Simpson, Jayne**

Ein Kunstgriff des Autors Bret Easton Ellis und Hinweis auf den als gewalttätig bekannten afroamerikanischen American-Profi-Football-Spieler (1969–79) und Schauspieler, O. J. (Orenthal James) Simpson (\* 1947) und die Heirat mit seiner zweiten, 1959 in Deutschland geborenen Frau Nicole Brown 1985. Nach mehrmaliger Festnahme wegen häuslicher Gewalt und medialer Berichterstattung hierüber wird O. J. Simpson 1989 vom Vorwurf freigesprochen und das Paar nach sieben Jahren Ehe 1992 geschieden. 1994 werden Nicole Brown und ihr Freund Ronald Goldman in ihrem Haus in Los Angeles ermordet aufgefunden und O. J. Simpson in einem spektakulären Gerichtsprozess des Mordes angeklagt und 1995 freigesprochen. Der Mordprozess O. J. Simpsons und sein Freispruch sind bis heute einer der umstrittensten und medial stark porträtierten Fälle in der US-Geschichte.

### **Sinatra, Frank**

Ein US-amerikanischer Popsänger (\* 1915, † 1998) und eine einzigartige Musikikone des 20. Jahrhunderts. Francis Albert "Frank" Sinatra schaffte es in seiner Musikkarriere über 60 Jahre lang mit (s)einer unverwechselbaren Stimme, er war auch als "The Voice" bekannt, und (s)einem zeitlosen Stil allen gegenläufigen Musikrends entgegenzuwirken und amerikanische Volkslieder aus den 1920er-, 1930er- und 1940er-Jahren von Komponisten wie Irving Berlin, George Gershwin, Cole Porter u. v. a. – oft waren es Musicalsongs – als Klassiker zu verewigen. Seinen Durchbruch hatte Frank Sinatra in der Swing-Ära der 1930er- und 1940er-Jahre, als er als Sänger in verschiedenen Bands und wenig später in einer Einzelkarriere mit seinem Teenie-Boy-Image begeisterte und mit eigenen Radio- und Fernsehshows, Live-Auftritten und Filmen zu einem Phänomen der amerikanischen Popkultur mit vielen Top-Hits wurde. Die Anfänge der 1950er-Jahre waren von einem Einbruch seiner Karriere aber Sinatras Willen, etwas aufzubauen, gezeichnet. Als Stehaufmännchen ohne Platten-, Film-, Radio- oder Fernsehvertrag begann der spätere Academy Award- und Grammy Award-Gewinner 1952 an seinem Auftreten und Image zu arbeiten, erhielt ernste Filmrollen und wechselte in den 1950er-Jahren zwischen langsamen Balladen und schnellen Tanz-Hits. Trotz Aufkommens des Rock 'n' Roll und Größen wie Elvis Presley blieben auch Sinatras Singles in den Top-Charts. 1958 kam "Witchcraft" in die Top-10, seine letzte Hitsingle in den darauffolgenden acht Jahren. 1960 gründete er seine eigene Plattenfirma Reprise Records und produzierte mit Erfolg weiter, trotz der Beatles und ihrer starken Konkurrenz in den Plattencharts. 1971, im Alter von 55 Jahren, zog er sich zum ersten Mal offiziell zurück, um ab 1973 dann für die folgenden 20 Jahre vor allem *live* auf den Bühnen weltweit und insbesondere in Las Vegas aufzutreten. Sinatra starb 83-jährig an einem Herzinfarkt. Er hinterließ ein musikalisches Gesamtwerk, das sich zeitlich und inhaltlich über seine drei Plattenfirmen zusammenfassen lässt: die Columbia-Jahre (1943–52), die Jahre bei Capitol (1953–62) und seine Reprise-Zeit (1960–81). Dazu kommen noch unzählige Auftritte in seinen Radio- und Fernsehshows sowie seine Film- und Fernsehmusik, ein Gesamtwerk im Sinne eines seiner größten Hits 1969 "(I Did It) My Way".

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Smiley**

Ein grafisches Zeichen: Es zeigt ein abstrahiertes Gesicht – zwei Punkte und einen Strich als freundliches Lachen – auf gelbem Hintergrund. Das Smiley-Piktogramm wurde 1963 vom Grafiker Harvey Ball für eine Versicherung in Massachusetts erfunden. Noch bevor das Logo zum Markenzeichen wurde, begannen die Brüder Murray und Bernard Spain das "Smiley"-Zeichen Anfang der 1970er-Jahre auf unterschiedlichen Produkten wie Kaffeetassen, T-Shirts und Aufklebern mit dem Slogan "Have a happy day" erfolgreich zu vertreiben. 1972 gab es 50 Millionen *happy faces* in den USA, auch Anlass zur Parodie auf das "gute" Leben in den 1970er-Jahren. In den 1980er-Jahren wurde das Zeichen zur Satire mit drei Punkten und 1986 ein wiederkehrendes Leitmotiv in der Comic-Serie *Watchmen* und 1987 zur Zeichenfigur im Spiel *MIDI Maze* von Atari. Anfang der 1990er-Jahre dann mutierte das "Smiley" zum Symbol für *Ecstasy* in der *Electronic Dance Music*-Bewegung und mit dem Internet zu einem beliebten Emoticon.



## Smith & Wollensky

Ein Klassiker unter den New Yorker Steakhäusern an der 49<sup>th</sup> Street und 3<sup>rd</sup> Avenue seit seiner Eröffnung 1977 in einem markanten Gebäude mit Holzvertäfelung im Inneren und lokaler Präsenz aus Politik und Wirtschaft. In *American Psycho* gibt es ein gleichnamiges Kapitel (AP 362–63).  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

## Snuff-Film

Ein US-amerikanisches Filmgenre, das seit Mitte der 1970er-Jahre als kinematischer Mythos tradiert wird. Der 1976 von Ed Sanders geprägte Begriff "Snuff" bezeichnet eine Art des Filmemachens, in der Schauspielerinnen während des sexuellen Aktes für den Voyeurismus des Publikums fiktiv getötet werden. Das Szenario einer solchen Perversion ist dabei zumeist in ein exotisches Land verlagert bzw. wird in den USA mit illegalen, exotischen Schönheiten gedreht. Ed Sanders hatte den Begriff geprägt, als er in seinem Buch *The Family–The Story of Charles Manson's Dune Buggy Attack Battalion*<sup>1565</sup> zu belegen versuchte, dass Charles Manson und seine Sekte ihre Morde auch gefilmt hätten. Sanders konnte – gleich wie die amerikanische Polizei, das FBI, die Pornoindustrie und -kritikerInnen bzw. Konsumentinnen und Konsumenten bis heute die Existenz realer Snuff-Filme nicht belegen konnten – seine Vermutung zu den Mansonschen Snuff-Filmen auch nie beweisen. Der Mythos selbst sollte in den 1980er-Jahren durch Gerüchte und Snuff-Filme über "reale" Vorbilder weiter überliefert werden.

Director Paul Schrader, who alluded to the snuff phenomenon in his film *Hardcore*, recently said, 'Movies are a flexible medium. It's easy to simulate death on film, which is partly why people think snuff films exist. They've seen simulated versions and believe they're genuine. I think it's conceivable these films exist, but whether they do or not is less important than the public's belief that they do; their willingness to believe in an evil fantasy. That's what's interesting here'.<sup>1566</sup>

Besonders interessant scheint mir also aufzuzeigen, wie dieser Mythos der Snuff-Filme entstanden ist. Dieser Glaube an die Existenz "realer" Snuff-Filme kann sicherlich mit der zunehmenden Enttabuisierung und parallelen Sexualisierung des amerikanischen Alltags in den 1980ern kontextualisiert werden. Nach Scott Aaron Stines breiter Auseinandersetzung mit dem Phänomen des Snuff-Films<sup>1567</sup> handelt es sich dabei um über das Kino tradierte sogenannte "Urban Legends", deren Ursprung auf die Anonymität des Großstadtlebens sowie auf die zunehmende Isolierung des Einzelnen zurückzuführen seien. *Urban Legends*, die Stine auch als "folklore of the industrial generation"<sup>1568</sup> bezeichnet, sind jene Geschichten, die krankhafte Neigungen und Perversionen des Einzelnen in einer verstärkten Gesellschaft zulassen, indem sie als "Hörensagen"-Geschichten kolportiert werden und als solche eine Zwischenform zwischen Klatsch und Lagerfeuergeschichte darstellen. Diese "urbanen Märchen" würden alle Lebensbereiche abdecken und sich mit jeder Erzählung und mit den Erzählenden und ihrem kulturellen Umfeld ändern. Nach Stine jedoch würden alle diese Geschichten auf den zwei (Tabu)Themen Sexualität und Tod gründen. Der Horrorfilm als Filmgenre habe sich dabei, so Aaron Stine, als gutes Pflaster für die filmische Verbreitung dieser urbanen Legenden erwiesen: Denn gleich wie Underground-Comics werde auch der Horrorfilm als Sündenbock für Missstände von der Gesellschaft abgestempelt. Der Snuff-Film sollte damit zum Paradebeispiel für eine "cinematic urban legend"<sup>1569</sup> werden: Ausgehend von einem unbedeutenden Splatterfilm mit dem Titel "Snuff" im Jahr 1976, der die (film)"echte" Verstümmelung von Menschen und ihr Getötet-Werden zeigte, hatte sich im Laufe der Jahre – über das Hörensagen des besagten Filminhalts – aus dem Splatterfilm eine urbane Legende über die tatsächliche Existenz solcher Perversionen als Auswuchs der Pornoindustrie gebildet, die bis heute mit unzähligen Populärkulturtexten tradiert wird. Menschen, die den Film *Snuff* zwar nie gesehen hatten, hatten jedoch davon "gehört" und – ob der Möglichkeit solch perverser Praktiken – durchaus geglaubt, dass das Filmmaterial "authentisch" war:

For all its lack of verifiable evidence, one wonders why the mythology of snuff survives. Ask any L.A. hipster, and although they themselves haven't seen a snuff film, they know someone who has. It's become an accepted truth, like global warming: Snuff films are out there because it seems plausible that they would be.<sup>1570</sup>

<sup>1565</sup> Ed Sanders, *The Family–The Story of Charles Manson's Dune Buggy Attack Battalion* (London: Panther, 1976)

<sup>1566</sup> Rider McDowell, "Movies To Die For," *San Francisco Chronicle* 7 August 1994: A5

<sup>1567</sup> Scott Aaron Stine, "The Snuff Film: The Making of an Urban Legend" in *Skeptical Inquirer Volume 23.3* (May/June 1999), <https://skepticalinquirer.org/1999/05/the-snuff-film-the-making-of-an-urban-legend>.

<sup>1568</sup> Ebda.

<sup>1569</sup> Ebda.

<sup>1570</sup> Studymody, "Snuff Films," 8 October 1999, *studymode.com*, [www.studymode.com/essays/Snuff-Films-15458.html](http://www.studymode.com/essays/Snuff-Films-15458.html).

Dieser Snuff-Filmmythos gründete jedoch, so Stine weiter, auf den "genialen" Vermarktungscoup des auf Sexploitationfilme spezialisierten Produzenten Allan Shackleton. Shackleton hatte die weltweiten Rechte an einem 1971 von Michael und Roberta Findlay sehr billig in Argentinien produzierten Film namens "Slaughter" gekauft. *Slaughter* basierte auf den Charles Manson-Morden an Sharon Tate, ihren Freunden und dem Ehepaar La Bianca und nutzte das voyeuristische Interesse des zusehenden Publikums aus. Der Film, der wegen seines fehlenden Endes als "nicht fertig" galt, hatte bei seiner ersten, beschränkten Freigabe 1971 wenig Erfolg verbucht und war daher weitgehend unbekannt. Als Shackleton durch Zufall, und noch bevor er *Slaughter* unter dem Titel "Snuff" 1976 freigab, auf dessen Echtheit angesprochen wurde, sollte er die vermutete Authentizität nicht als Fiktion dementieren, sondern sich in mysteriöses Schweigen hüllen. Presseaussendungen und gefälschte Zeitungsartikel, die jederzeit als Schwindel entlarvt werden hätten können, begannen in der Folge das Interesse der amerikanischen Öffentlichkeit gezielt auf Shackleton zu lenken und, noch bevor jemand den endgültigen Film gesehen hatte, ein großes mediales Feedback zu provozieren. Shackleton produzierte in der Zwischenzeit das Filmende von *Slaughter* – um 10 000 US-Dollar an einem Drehtag in einem Loft in Manhattan.<sup>1571</sup> Die Szene zeigte die (mutmaßliche) Filmcrew von *Slaughter*, wie diese die (mutmaßliche) Hauptdarstellerin verstümmelt, zerstückelt und ausweidet. Der Kameramann flüchtet schreiend vom Drehort und Schauplatz. Was bleibt sind ein schwarzer Bildschirm und Panikgeschrei aus dem Off.<sup>1572</sup> 1976 erscheint der Film unter dem Titel "Snuff" und wird als Kassenschlager sofort amerikaweit bekannt. Obwohl eine breite Kontroverse bald darauf zu seiner Kennzeichnung als "nicht authentisch" geführt hatte, war der Mythos geboren: Die Annahme, dass das, was gezeigt wurde, vielleicht doch wahr sein könnte, wurde von einer breiten Öffentlichkeit geteilt und der Inhalt des Films vom Hörensagen kolportiert. In den 1980ern dann wurde Shackletons Film *Snuff* als Waffe im Kulturkampf und als Beweis im Kreuzzug gegen Pornografie und Frauenfeindlichkeit von allen politischen Lagern eingesetzt.

[...] where the death of a woman is viewed as the ultimate sexual turn-on. This poster advertises [...] 'The film that could only be made in South America, where life is cheap!' In the final scene of *Snuff*, a woman is killed, her uterus ripped out of her body and held up in the air, while the man reaches orgasm. Although the murder is a hoax simulated through trick photography, this movie conveys the essence of actual snuff films.<sup>1573</sup>

Die Existenz "realer" Snuff-Filme ist jedoch bis heute nicht bewiesen, was nicht bedeutet, dass es diese Filme nicht gibt. Warum sich dieser Mythos vor allem in den 1980er-Jahren durchgesetzt hatte, dürfte neben der Aufzeichnungsmöglichkeit durch das Medium Video auch mit der Popularisierung und medialen Verherrlichung des Phänomens "Serienmörder" zusammenhängen. Gleich wie Charles Manson war auch anderen Serienmördern wie beispielsweise "Son of Sam" David Berkowitz unterstellt worden, ihre Morde gefilmt zu haben. Unbewiesen, aber möglich. Auch der Populärkulturtext *American Psycho* mit einem Serienmörder als Protagonisten nährt den Mythos des Snuff-Films: Patrick Bateman filmt mit seiner Videokamera zuerst den sexuellen Akt und dann den Mord an seinen Opfern; noch unmenschlicher wird es, wenn er seinen Opfern während des Verstümmelns und Tötens frühere Morde, also selbst produzierte (*home-made*) Snuff-Videos vorspielt: Die LeserInnen von *American Psycho* spielen dabei den sprachlich visualisierten und choreografisch aufgezeichneten Mord durch und tragen schockiert den Mythos des Snuff-Films weiter.

Siehe *PORNOGRAFIE in den 1980ern*; *SERIENMORD in den 1980ern* und *SEX and VIOLENCE in den 1980ern*

### **Snyder, Jimmy**

Ein US-Sportreporter (\* 1918, † 1996) mit dem Übernamen "The Greek", der 1988 wegen der rassistischen Bemerkung "The black is a better athlete to begin with, because he's been bred to be that way"<sup>1574</sup> von CBS gekündigt wurde.

### **Sofia's**

Ein teures norditalienisches Restaurant in New York City (221 West 46<sup>th</sup> Street) mit rosarot gestrichenen und mit Museumspostern behangenen Wänden auf zwei Stockwerken, das in den 1980er-Jahren von Familien wie Theatergästen frequentiert wurde.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

<sup>1571</sup> Vgl. Stine.

<sup>1572</sup> Ebda.

<sup>1573</sup> Itzin, 35.

<sup>1574</sup> Vgl. Leonard Shapiro, "'Jimmy the Greek' Says Blacks Are 'Bred' for Sports," *The Washington Post* 16 January 1988: A1.

### **Sohat**

Eine führende Mineralwasser-Marke aus dem Libanon seit 1970, die in den späten 1980er-Jahren in den USA stark vermarktet wurde und ab 2001 Teil von Nestlé Waters ist. Bateman erwähnt sie als "Schat".

### **SoHo**

Eine Abkürzung für "South of Houston Street". Ein Stadtteil in Manhattan, der in den 1980er-Jahren zum Inbegriff der "Luxussanierung" wurde: Ehemalige Fabrikshallenetagen (*Lofts*) in gusseisernen Gebäuden, sogenannte *Cast Iron Buildings*, die in den 1970ern von Kunstschaffenden bewohnt waren, wurden vom Kunsthandel entdeckt und die Mieten erhöht, sodass viele KünstlerInnen gezwungen waren, wegzuziehen. SoHo steht heute für den Kunsthandel und das New Yorker Modedesign, vor allem auch für ein modernes, touristisch geprägtes Einkaufsviertel.

Siehe *GENTRIFICATION* und *KUNST in den 1980ern*

### **Soldier of Fortune**

Ein US-amerikanisches, militärisches Action-Adventure-Magazin, das über das Kriegsgeschehen in der ganzen Welt berichtet und von der Omega Group, Inc. veröffentlicht wird.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **Sominex**

Ein rezeptfreies US-amerikanisches Schlafmittel der 1980er-Jahre.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Son of Sam**

Ein US-amerikanischer Serienmörder namens David Berkowitz (\* 1953). Er ist für die Ermordung von 6 Menschen zwischen Juli 1976 und August 1977 durch Erschießen mit einem 44-Kaliber, für einen Messerangriff auf zwei Frauen und für das Legen von über 1400 Feuern in New York City (1975) verantwortlich; 7 weitere Menschen wurden in jenem Zeitraum verletzt, waren gelähmt oder erblindet. Gemäß den Worten und Aufzeichnungen des "hyperaktiven" Adoptivkindes Berkowitz seien es Dämonen im Hund seines Nachbarn Sam Carr gewesen, die ihm die Morde befohlen hätten. Ein Brief an die Polizei führte dazu, dass Berkowitz den Spitznamen "Son of Sam" erhielt. Berkowitz soll über den Spitznamen so erfreut gewesen sein, dass er sich ein Logo kreierte. Einer seiner Briefe wurde in der *New York Daily News* veröffentlicht, deren Auflage in der Folge in die Höhe schoss. Durch eine Zeugenaussage wurde Berkowitz überführt und gestand sofort. Er plädierte für "schuldig" und erhielt trotz "Unzurechnungsfähigkeit" eine 30 Jahre lange Haftstrafe.<sup>1575</sup>

Siehe *Snuff-Film* und *SERIENMORD in den 1980ern*

### **Sony**

Ein 1946 in Japan gegründetes Elektronikunternehmen für innovative Geräte in attraktivem Design mit Schwerpunkt Miniaturisierung von Unterhaltungselektronik. Sony ist der Erfinder des Walkmans und – gemeinsam mit Philips – der CD und stieg 1988 mit dem Kauf der US-Plattenfirma CBS Records und dem Filmstudio Columbia Tristar Pictures 1989 in die Film- und Musikbranche ein.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS; CD* und *Walkman*

### **Sotheby's**

Ein weltweit vertretenes und weltberühmtes Auktionshaus für Kunst und Antiquitäten, das 1744 von Samuel Baker in London gegründet und 1983 in die USA verkauft wurde.

### **Sottsass, Ettore**

Ein berühmter italienischer Architekt und Designer (\* 1917, † 2007), der Form und Farbe in seiner Arbeit neu bewertete und einsetzte. Ab 1972 kreierte er Accessoires für Alessi, gründete 1976 das "Studio Alchimia" und 1980 "Sottsass Associati". Er war Mitstreiter der 1981 gegründeten Gruppe "Memphis", die er fünf Jahre später wieder verließ. Sottsass umfangreiches Werk in Industriedesign, Innenarchitektur und visueller Kommunikation machte ihn zu einem der einflussreichsten Menschen seiner Zeit.

### **South Hampton**

Ein Erholungsort auf Long Island, als ältester Ort im Staat New York auch Hauptstadt der Hamptons.

Siehe *Hamptons, The*

---

<sup>1575</sup>

David Abrahamsen, *Confessions of Son of Sam* (New York: Columbia UP, 1985)

### **Spago**

Ein Restaurant des österreichischen Spitzenkochs Wolfgang Puck (\* 1949) in Los Angeles (West) und Aushängeschild für europäisch-amerikanische Fusionsküche. Bateman verweist jedoch auf ein Spago East (AP 394). In den 1980er-Jahren gab es kein Spago-Restaurant an der Ostküste, wohl aber den Wunsch danach.

Siehe *Puck, Wolfgang*

### **Sparcal**

Eine US-amerikanische Marke für Polyester-, Metall- und Alufolien bzw. für Spezialfolien.

### **Spiros**

Ein über 80 Jahre altes schwedisches Unternehmen spezialisiert auf das Biegen, Drehen und Winden von 0,10 mm-10 mm Metalldrähten.

### **Splash Bar**

Ein schillernder Nachtclub für Homosexuelle und Singles mit Livemusik in Chelsea, New York.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Sports Illustrated**

Ein US-amerikanisches Sportmagazin seit 1989 des internationalen Medienunternehmens Time Warner Inc.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **SPRACHE in den 1980er-Jahren: Hip und effizient**

Die Sprachentwicklung der 1980er-Jahre reflektiert den Produktzyklus jener Zeit: Kurz und prägnant – sozusagen als Zusammenfassung aller Produkteigenschaften – werden Initialismen auf den Markt geschleudert. Es ist eine Sprache, bestehend aus Abkürzungen und Akronymen (Kurzwoorte aus Anfangsbuchstaben), die den immer schnelleren Rhythmus der Zeit mit ihrer Flut an technischen Neuerungen widerspiegelt. Ein Verständnis derselben bedarf jedoch der Kontextualisierung des Initialismus oder eines Insiderwissens oder einer Bedienungsanleitung. Der US-amerikanische Sprachwissenschaftler Garland Cannon, der 800.000 “abbreviations” und “acronyms” im englischsprachigen Raum unter anderem im historisch sprachwissenschaftlichen Kontext untersucht hat,<sup>1576</sup> kommt zum Ergebnis, dass die bereits vorhandene, auffallend große Anzahl von Initialismen – unterstützt von einer technologischen und wirtschaftsorientierten Lebensweise – sich immer schneller verbreiten wird. Zugleich jedoch würden diese Initialismen immer mehr aus dem spezifischen Kontext herausgerissen und in die allgemeine englische Umgangssprache übergehen, was zu einer Fülle an gleichen Abkürzungen und damit zu Missverständnissen führen wird, wenn der Kontext des verwendeten Wortes nicht explizit klar ist. Grundsätzlich würden sich nach Cannon Initialismen in direkter Konkurrenz mit ihrer Ursprungsquelle, dem Wort, aufgrund ihrer größeren Nutzung immer zuerst durchsetzen.<sup>1577</sup>

Many common phrases, organizations and names have acronyms, such as VAT for value-added tax, FBI or PMS for premenstrual syndrome. These acronyms often replace the original words in linguistic usage because they are more convenient to say. Not everybody knows what they mean, however. Saves precious time.<sup>1578</sup>

Abkürzungen oder Codes habe es immer schon gegeben, um eine ganz persönliche Kommunikationssituation herzustellen, bestätigt auch die US-amerikanische Sprachwissenschaftlerin Robin Tolmach Lakoff in ihrem Buch *Talking Power*.<sup>1579</sup> War jedoch in früheren Sprachstudien die Produktion von englischen Initialismen als ein kreativer und exklusiver Prozess betrachtet worden, gehe es nun aber nach Cannon um ein ausschließliches, fantasieloses Wort-Verkürzen. Dabei würden weder standardisierte oder automatische Muster der Wortverkürzung entstehen, sondern im Gegenteil habe sich die Tendenz durchgesetzt, einfach alles und egal wie zu verkürzen. Jegliche (vormals existierende) metaphorische Eigenschaft eines Initialismus, einstmals kreative Triebfeder dieser Entwicklung, würde zugunsten der Ökonomisierung der Sprache verschwinden.<sup>1580</sup> Das belegt auch *American Psycho*. In den Momenten, wo Patrick Bateman die Kontrolle über sein Leben verliert und beispielsweise völlig verwirrt

<sup>1576</sup> Vgl. hierzu Garland Cannon, “Abbreviations and acronyms in English word-formation,” *American Speech* 64/2 (Summer 1989): 99 ff.

<sup>1577</sup> Ebda.

<sup>1578</sup> Vgl. William Safire, “Linguacrip,” *The New York Times Magazine*, 19 September 1993: 28.

<sup>1579</sup> Robin Tolmach Lakoff, *Talking Power: The Politics of Language* (New York: Basic Books, 1992)

<sup>1580</sup> Vgl. Cannon (1989), 121 f.

durch die Straßen New Yorks zieht, schafft er keinen Satz mehr zu artikulieren. Sondern er vermag nur mehr Abkürzungen und Kurzworte keuchend auszusprechen, deren Entschlüsselung sich als schwierig herausgestellt hat. Denn jeder verwendete Initialismus hatte mehr als eine Bedeutung und "Sinn" konnte ausschließlich der Kontext bringen. In diesem Fall habe ich diese Initialismen über die Figur des Yuppies/Serienmörders kontextualisiert und die mir dabei schlüssige Bedeutung unterstrichen:

|       |   |
|-------|---|
| ESOPs | = <u>Employee Stock Option</u> (or Ownership) Plan = Tax Plan   |
| LBOs  | = Lithium Boron Oxide (inorganic Chemistry)-> an anti-depressive matter;<br>Line building Out, <u>Leveraged buyouts</u>   |
| IPOs  | = <u>Initial Public Offer(ing)</u>  |
| K     | = <u>Killed</u> (Australian term)   |
| Qs    | = <u>Quaaludes</u> (or Methaqualone), a trademark (pharmacology)  |
| PiKs  | = <u>Payment in Kinds</u>   |
| GNPs  | = <u>Gross National Product</u> (economics)   |
| IMF   | = (The) <u>Inefficient Market Fund</u> (AMEX Symbol); Impossible Mission Force<br>(a fictitious group of undercover agents in the TV series "Mission Impossible") |

"The spoken word is increasingly dominating the written word, and the use of acronyms is becoming more widespread. As magazines, newspapers and other communication mediums increasingly accept informal language and acronyms, miscommunication is increasingly likely to occur."<sup>1581</sup> Ein zunehmend umgangssprachlicher Ton in den Medien würde also laut dem Journalisten Jack Rosenthal zwar mehr Dynamik ins Alltagsleben bringen, aber auch leichter schlecht recherchierte oder falsche Informationen tradieren. So lässt sich auch im Zeitalter des Hyperkonsumismus eine Ökonomisierung der Sprache feststellen, worin "Sprache" vom Wirtschaftsbereich ausgehend nach wirtschaftlichen Kriterien bewertet und von der Populärkultur weitergetragen, die öffentliche und private Sphäre eines Menschen als Konsumentin bzw. Konsumenten vereinnahmt hat. Ich möchte an dieser Stelle mittels Sprache die etwas ungewöhnliche Parallele zwischen dem porträtierten Yuppier-Serienmörder Patrick Bateman und dem ehemaligen SS-Obersturmbannführer Adolf Eichmann ziehen. Eine solche inhaltliche Verbindung hat sich mir während meiner Lektüre zu Hannah Arendts Ausführungen über die Banalität des Bösen in ihrem Buch *Eichmann in Jerusalem: Ein Bericht von der Banalität des Bösen*<sup>1582</sup> aufgetan und bestätigt *American Psycho* als Zeitkritik des Hyperkonsumismus. Der SS-Führer Adolf Eichmann wurde 1961 vom Staat Israel als einer der Hauptverantwortlichen für die "Ausführung der 'Endlösung' der Judenfrage in Europa"<sup>1583</sup> angesehen. Eichmann wurde mehrfach verurteilt und am 1. Juni 1962 hingerichtet. Der Eichmann-Prozess in Jerusalem war "der nach den Nürnberger Hauptkriegsverbrecherverfahren am meisten beachtete Nachkriegsprozeß gegen führende Repräsentanten der nationalsozialistischen Vernichtungsmaschinerie."<sup>1584</sup> Hannah Arendt hatte damals für die amerikanische Wochenzeitung *The New Yorker* den Prozess verfolgt und aus mehreren Essays ein zunächst sehr umstrittenes Buch veröffentlicht, dessen Aussage Jahre später von der Autorin spezifiziert, durch die Einzelforschung und sozialpsychologische Studien auch größtenteils bestätigt wurde. Es war ihre Darlegung der Banalität des Bösen anhand der Person Eichmann, wo die blinde Unterordnung unter dem Befehl der Amtsausführung eines Bürokraten und die darin impliziert gefühlte totale Entschuldung des Menschen zum Schlimmsten, was je hätte passieren können, geführt hat, die polarisiert hatte. Arendt über Eichmann:

In Eichmanns Mund wirkt das Grauenhafte oft nicht einmal mehr makaber, sondern ausgesprochen komisch. Komisch ist auch Eichmanns heldenhafter Kampf mit der deutschen Sprache, in dem er regelmäßig unterlag – so, wenn er immer wieder von "geflügelten Worten" sprach, aber Redensarten oder Schlagworte wie zum Beispiel Himmels Neujahrsparolen meinte, [...] Komisch sind auch die endlosen Sätze, die niemand verstehen kann, weil sie ohne alle Syntax Redensart auf Redensart häufen.<sup>1585</sup>

Eichmann, der seinen Defekt kannte, bemerkte entschuldigend: "Amtssprache ist meine einzige Sprache". Und hier formulierte Arendt das Undenkbare, dass Eichmanns Unvermögen zu denken (und sich damit in andere bzw. in die ihn umgebende Wirklichkeit hineinzusetzen) als Teil der gesellschaftlichen Normalität das eigentlich Erschreckende darstellt:

Doch die Amtssprache war eben gerade deshalb seine einzige Sprache geworden, weil er von Haus aus unfähig war, einen einzigen Satz zu sagen, der kein Klischee war. [...] Je länger man ihm zuhörte, desto klarer wurde einem, dass diese Unfähigkeit, sich auszudrücken, aufs engste mit einer Unfähigkeit zu *denken* verknüpft war. Das heißt hier, er war nicht imstande, vom Gesichtspunkt eines anderen

<sup>1581</sup> Vgl. Jack Rosenthal, "Tongue Tide," *The New York Times Magazine*, 1 August 1993: 12.

<sup>1582</sup> Hannah Arendt, *Eichmann in Jerusalem: Ein Bericht von der Banalität des Bösen* (München: Piper, 1986)

<sup>1583</sup> Hans Mommsen in ebda., 9

<sup>1584</sup> Ebda.

<sup>1585</sup> Arendt, 124 f.

Menschen aus sich irgend etwas vorzustellen. Verständigung mit Eichmann war unmöglich, nicht weil er log, sondern weil ihn der denkbar zuverlässigste Schutzwall gegen die Worte und gegen die Gegenwart anderer, und daher gegen die Wirklichkeit selbst umgab: absoluter Mangel an Vorstellungskraft.<sup>1586</sup>

Damit einher geht auch das Unvermögen mitzufühlen. Ellis hat mit Bateman ein radikales Produkt seiner Umwelt gezeichnet, das *keine eigene Sprache* besitzt – sondern nur das zu reproduzieren vermag, was es konsumiert hat – *und aus diesem Grunde völlig manipulierbar* ist. Der Vergleich mit Eichmann erinnert an die Mechanismen einer hyperkonsumistischen Gesellschaft, wo das Image den Inhalt diktiert, wo blinde Hingabe an das Angebot individuelle Reflexion (und mangelnde Opposition) bestimmt, wo subversive Vielfalt (subtile) Vereinnahmung erfährt, um die Angebotsspirale des Hyperkonsumismus aufrechtzuerhalten. Und der Vergleich erschreckt, weil Patrick Batemans Sprache rein aus den Produkten, die ihn umgeben, zu schöpfen vermag und eine Amtssprache darin zwanzig Jahre später zur Sprache des Konsums mutiert ist.

### **Springsteen, Bruce**

Ein US-amerikanischer Rockstar (\* 1949), Bruce Frederick Joseph Springsteen, der mit seinen sozialkritischen Themen und Wurzeln in der *working class* den vielleicht letzten volksnahen Poeten in den 1980ern verkörpert hat. War Springsteens kommerzieller Erfolg in den 1970er-Jahren noch bescheiden, war er von Rockkritik und einer kleinen Fangemeinde bereits in höchsten Tönen gelobt worden. Der tiefe Patriotismus in seinen Liedern und das Auftreten gegen soziale Ungerechtigkeiten beim amerikanischen Volk machten Bruce Springsteen mit seinem Übernamen "The Boss" jedoch Anfang der 1980er-Jahre schlagartig bekannt. Springsteen stieg zum Mainstream-Superstar auf<sup>1587</sup> und wurde bald darauf auch als politischer Wahlhelfer (wie beispielsweise von Ronald Reagan) vereinnahmt: Viele AmerikanerInnen konnten sich mit Springsteens authentischem Auftreten in seinen Anliegen identifizieren und nahmen damit seine Person als eine Art moralischen Rettungsanker in dem sich rapide verändernden US-Amerika wahr. Der britische Kulturwissenschaftler John Storey hat die Verbindung zwischen "politics and pop music" untersucht und festgestellt, dass Popmusik, die gesellschaftsrelevante Themen anspricht, eben auch "politisch" ist und auf die breite Masse wirkt und darum seit Mitte der 1960er-Jahre von Politikern (und Politikerinnen) für die eigene Breitenwirkung eingesetzt wird, so wie Bruce Springsteen:

Politics enter a different moment in the making of pop music: production, distribution, performance, consumption, etc. [...] political pop is simply pop that is *political* – pop music which contains an overtly political commentary on the world. [...] Politics is about power, and pop music can be powerful. Politicians have long realized this. They have often dreamed of turning the taste communities of pop music into the voting constituencies of party politics. The prospect of the votes of the young has tempted many politicians into pop music. In 1965, Harold Wilson's courting of the Beatles resulted in their being awarded MBEs. [...] Jimmy Carter tried to use Bob Dylan, both Ronald Reagan and Walter Mondale tried to use Bruce Springsteen, and Neil Kinnock appeared in a Tracy Ullman video. All are examples of political pop.<sup>1588</sup>

Siehe *MUSIK in den 1980ern* und *KÖRPERKULT in den 1980ern*

### **Spuds McKenzie**

Eine 1987 gestartete Budweiser-Bierwerbekampagne in den USA mit dem Pitbull Spuds MacKenzie, der darin als "dandy" verkleidet mit "schönen" Frauen posierte.

Siehe *TALKSHOW in den 1980ern*

### **Sri Lanka**

Ein stark bevölkerter asiatischer Inselstaat, der nach vielen Jahrhunderten als Kolonie 1948 erstmals unabhängig wurde und seit jeher vom Konflikt zwischen der singhalesischen und tamilischen Bevölkerung geprägt war. Seit 1972 hat Sri Lanka die Staatsform einer Republik. Die ethnischen Gruppen radikalisierten sich im Laufe der Jahre immer mehr. Ab Mitte der 1980er-Jahre versuchten tamilische Guerillaverbände (Liberation Tigers of Tamil Eelam, LTTE) einen unabhängigen Tamilenstaat zu erzwingen, was die Regierung 1987 zu einem Friedensabkommen mit Autonomiegarantien für die tamilische Bevölkerung bewog; Indien sollte mit Truppen in Sri Lanka für die tamilische Seite garantieren, dass das föderalistische Abkommen eingehalten werden würde. Nach der Wahl von Ranasinghe Premadasa (UNP) zum Staatspräsidenten 1988 wurden 1990 die indischen

<sup>1586</sup> Ebda., 125 f.

<sup>1587</sup> Vgl. Elizabeth Bird, "Is that me, baby? Image, authenticity, and the career of Bruce Springsteen," (*American Studies* 35/2, 1994): 39–57. Vgl. auch Jefferson Morley, "Darkness on the edge of the shining city: Bruce Springsteen and the end of Reaganism," *The New Republic* 23 March 1987: 20–24.

<sup>1588</sup> Storey (1996), 109.

Truppen abgezogen, was daraufhin zu weiteren blutigen Auseinandersetzungen und Eskalationen wie dem tödlichen Bombenattentat auf Premadasa mit den tamilischen Rebellen führte.

### **Sri Lanka Club**

In den 1980er-Jahren war es gängig, Clubs für eine Community aus einem asiatischen Staat zu gründen und danach zu benennen, wie beispielsweise der Los Angeles China Club.

### **St. Albans**

Eine streng episkopale Internatsschule für Jungen von 4–12 Jahren in Washington, D.C. (USA) mit dem Glaubenssatz “For Church and Country” (für Kirche und Vaterland)<sup>1589</sup>, nicht zu verwechseln mit der gleichnamigen Highschool für Mädchen in St. Albans, UK.

### **St. Barts’**

Eine karibische Insel, Saint Barthélemy, am nördlichen Ende der Kleinen Antillen und mit St. Martin zusammen ein Verwaltungsbezirk des französischen Übersee-Départements Guadeloupe, bekannt wegen seiner exklusiven Strände und Hotels.

### **StairMaster**

Eine US-Marke für Schrittmaschinen im Fitnessbereich der Firma Nautilus Inc.  
Siehe *Gravitron* und *KÖRPERKULT in den 1980ern*

### **Stallone, Sylvester**

Ein US-amerikanischer Schauspieler (\* 1946), Michael Sylvester Gardenzio Stallone mit Spitznamen “Sly”, Drehbuchautor, Regisseur und Produzent mit Gastauftritten im Fernsehen. Seine Hauptrolle als Boxer in seinem ersten Actionfilm *Rocky* (1976) und in den darauffolgenden Filmfolgen gleich wie die des Soldaten in *Rambo* brachte Stallone das Image des verschlossenen Einzelkämpfers, das er bis heute – trotz Versuche in anderen Charakterrollen und Genres Fuß zu fassen – schwer abzuschütteln vermag. Er gilt als einer der weltweit bestbezahlten Schauspieler.

### **Stanbury & Kilgour, French**

Eine englische Maßschneiderei für Herren und Accessoires der berühmten Londoner *Savile Row* in New York City, die sich Ende der 1980er-Jahre mit Weatherhill, einem Jagdbekleidungsunternehmen, zusammensetzte.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Stanford University**

Eine der renommiertesten privaten US-Universitäten, 1891 in Stanford (Kalifornien) gegründet. Unter den zehn besten Universitäten weltweit gereiht, bietet Stanford eine breite Ausbildung an, von der konkreten Berufsausbildung zur universitären Forschung und hat viele Nobelpreisträger hervorgebracht.<sup>1590</sup>

### **Stanhope, The**

Ein kleines Luxushotel an der 995 Fifth Avenue in New York City seit 1927, das als 16-stöckiges Stanhope Apartment Hotel einer Wohnungsgenossenschaft gebaut, später zu einem Luxushotel für Celebrities umgestaltet und 1980 als American Stanhope Hotel mit Livemusik neu eröffnet wurde. 1986 kam das Hotel in den Besitz einer Immobilienfirma, die das traditionelle Haus im Stile der New Yorker 1920er-Jahre nach Louis XV aufwändig umgestaltete und die Hotelzimmer anschließend sehr teuer verkaufte. Die Immobilienfirma meldete 1988 Konkurs an, das Hotel wurde versteigert und verkauft und 1999 im Besitz der Hotelgruppe Hyatt als Stanhope Park Hyatt Hotel New York neu eröffnet.

### **Starck, Philippe-Patrick**

Ein französischer Star-Designer (\* 1949), der seine Karriere mit aufblasbaren Objekten begann, 1982 die Privaträume im französischen Präsidentenpalast ausstattete und für sein demokratisches Design von Gebrauchsgegenständen bzw. Architektur in den 1980er-Jahren weltberühmt wurde.

### **Steinberg, Saul**

Ein US-amerikanischer Wirtschafts- und Gesellschaftsmagnat (\* 1939, † 2012), der mit dem Leasing von IBM-Computern und seiner Firma Leasco so reich wurde, dass er Ende der 1960er-Jahre das

<sup>1589</sup> St. Albans School | Washington, DC, [www.stalbansschool.org](http://www.stalbansschool.org).

<sup>1590</sup> Stanford University, [www.stanford.edu](http://www.stanford.edu).

traditionsreiche Versicherungsunternehmen Reliance Group aus Philadelphia zu kaufen vermochte. Mit seinen 29 Jahren galt er damals als reichster US-Amerikaner. In den 1980er-Jahren stach Steinberg vor allem wegen seines exzessiven Lebensstils hervor – die Heirat seiner Tochter Laura 1988 mit Jonathan Tisch, Sohn des Präsidenten von Loews, Preston Robert Tisch, und Neffe des CBS-Präsidenten Lawrence A. Tisch im Temple of Dendur im Metropolitan Museum of Art, kostete damals die Summe von 3 Mio. US-Dollar. Neben seinem Status als großer Entertainer in der New Yorker High Society fiel Steinberg in der Wirtschaftswelt wegen missglückter Übernahmeangebote, unter anderem an die The Walt Disney Co. 1984, unangenehm auf. 2001 ging Reliance Group wegen schlechten Managements in Konkurs, Steinberg musste große Teile seines Privatbesitzes verkaufen, was das Ende seiner Traumkarriere bedeutete.

### **Stella, Frank**

Ein US-amerikanischer Maler (\* 1936), Bildhauer und Objektkünstler, der als Vertreter der *Hard Edge*-Malerei im abstrakten Expressionismus über eine starke Geometrisierung von Form mit Farbe (neue) Perspektiven bot. Stella gilt auch als Erfinder der konturierten Leinwand oder *Shaped Canvas*-Malerei. Siehe *KUNST in den 1980ern*

### **Stephen Dweck**

Ein US-amerikanischer Schmuckdesigner, der mit seinen Einzelstücken auf der Grundlage von Silber und bunten, unregelmäßig geschnittenen (Edel-)Steinen seit Anfang der 1980er-Jahre Furore macht. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Stephen Sprouse**

Ein US-amerikanischer Modeschöpfer (\* 1953, † 2004), der mit seinem Techno-Punk-Stil bekannt wurde und als einer der ersten neue futuristische Materialien und Farbkontraste zu Schwarz verwendete. Nach einer ersten Assistenz bei Halston zeichnete er ab 1984 für eine eigene Modelinie verantwortlich, die – von “Rock and Roll” inspiriert – von Showgrößen aus dem Pop- und Rock 'n' Roll-Bereich wie David Bowie, Mick Jagger und Iggy Pop getragen wurde. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Stephens College**

Eine private US-Universität, die 1833 als Columbia Female (Baptist) Academy in Columbia (Missouri) für Frauen gegründet wurde und es noch ist.<sup>1591</sup>

### **Steuben Glass Works**

Eine 1903 gegründete amerikanische Glasproduktionsfirma aus Corning, New York im Verwaltungsbezirk Steuben (auch Namensgeberin), deren Philosophie auf authentischer, jahrhundertalter Glasbläserkunst und detailgenauer kreativer Handarbeitsarbeit sowie auf einem innovativen, technisch umsetzbaren Design von Geschenkartikeln bis zu Gebrauchsgegenständen beruhte und in den 1980er-Jahren mit großen Ausstellungen Aufmerksamkeit erregte.

### **Sting**

Ein britischer Popsänger mit einer Solokarriere nach seinem Austritt bei der Popband The Police 1984 und Schauspieler (\* 1951). Von der Idee besessen, die Grenzen des Pops mit den Genres des Jazz, der Klassik und Weltmusik und mit anspruchsvollen “intellektuellen” Texten zu erweitern, sollte der ehemalige Gymnasiallehrer von Anfang an die Kritik spalten; er katapultierte sich jedoch mit diesem Konzept 10 Jahre lang in die Liga der Super-Popstars. 1985 veröffentlichte er sein erstes Soloalbum *The Dream of the Blue Turtles* mit Jazzgrößen wie Branford Marsalis, das sofort unter die US-Top-10 kam. Eine Tour wurde auf das Video *Bring on the Night* gebannt und mit dem gleichnamigen Doppelalbum 1986 veröffentlicht. Eine neuerliche Zusammenführung mit The Police führte zu einem Song und daraufhin zum Abbruch des Projektes. 1987 folgte Stings zweites Soloalbum *Nothing Like the Sun*, Pop auf einer jazzigen Grundlage, und wurde ein Erfolg. Daraufhin begann Sting sich sozial zu engagieren, bereiste für Amnesty International die Welt und gründete die Rainforest Foundation zum Schutz des Regenwaldes. 1988 folgte eine spanische Version des zweiten Albums *Nada Como el Sol* und Sting erhielt in der Off-Broadway-Produktion der “3 Penny Opera” von Bert Brecht eine Rolle als “Macheath” (Mackie Messer); die Oper wird über einen “*Threepenny Opera* poster” an einer verlassenen Bushaltestelle (394) auch in *American Psycho* erwähnt. Siehe *TALKSHOW in den 1980ern*

---

<sup>1591</sup> Attention Required! | Cloudflare, www.stephens.edu.



**Stoli**

Eine Abkürzung für Stolichnaya, eine russische Wodka-Marke. Der Zusatz "Cristal" wiederum verweist auf eine höhere Wodka-Qualität.

**Stubbs, George**

Ein britischer Maler der Romantik (\* 1724, † 1806), der sich auf die Darstellung von Pferden und Hunden spezialisiert hatte und über die Werbung des amerikanischen Modeschöpfers Ralph Lauren in den 1980er-Jahren zu neuer Popularität gelangte.

**Studio 000.1 by Ferré**

Eine vom italienischen Modeschöpfer Gianfranco Ferré seit dem Jahr 1987 für das italienische Modeimperium Marzotto produzierte und von dem ehemaligen Familientextilunternehmen auch distribuierte Modelinie für Frauen und Männer; eines der ersten Joint Ventures Ferrés.

Siehe *Gianfranco Ferré* und *MODE in den 1980ern*

**Styrofoam**

Eine seit den 1940er-Jahren bestehende, US-amerikanische Schaumstoff-Handelsmarke des Unternehmens The Dow Chemical Company für gepressten Styropor-Schaumstoff für Weihnachts- und Dekorationsschmuck beispielsweise, der je nach Gebrauch blau, weiß oder grün ist. Seit den 1980er-Jahren erzeugte Dow keine wegwerfbaren Styrofoam-Produkte für die Nahrungsmittelindustrie und damit auch kein "Styrofoam coffee cup" (AP 7) mehr; somit muss es sich um ein Schaumstoffprodukt eines anderen Unternehmens handeln.

**Sunday Times, The**

Eine britische Sonntagszeitung mit Boulevardcharakter der News Corp. des Medienmoguls Rupert Murdoch aus Australien, dem Medienunternehmen des Fox Networks und von Sky Television in den 1980er-Jahren.

**Sunmakers**

Ein Sonnenstudio der John C. Fath-Studios in Shirley, NY, USA.

**Superdeluxe**

Ein Ausdruck für eine übermäßige Luxusklasse, die in den 1980er-Jahren sehr populär wurde.

**Susan Bennis/Warren Edwards**

Eine US-amerikanische Marke für extravagante Qualitätsschuhe aus Manhattan, die von Susan Bennis und Warren Edwards 1972 kreiert wurde. Die Marke stirbt 1997. In *American Psycho* verweist Ellis unter anderem auf das Überangebot an Designprodukten, indem sein Erzählerprotagonist die Marke Susan Bennis/Warren Edwards einmal korrekt als "Susan Bennis Warren Edwards" (AP 31) erwähnt, dann diese als "Warren Susan Allen Edmonds" (AP 248) einer Kombination von zwei komplett unterschiedlichen Schuhmarken bezeichnet und schlussendlich als "Edward Susan Bennis Allen" (AP 343) zitiert.

Siehe *Warren Edwards* und *MODE in den 1980ern*

**Sushi**

Ein japanisches "Fastfood", das seine Ursprünge im südostasiatischen Raum hat und sich aus dem Verfahren entwickelte, frischen Fisch durch Fermentierung haltbar zu machen. So wird der Fisch zunächst gesalzen, in Lagen von Reis gepresst und mit einem schweren Stein unter Druck gesetzt, sodass der Fisch fermentiert. Sushi stellt heute eine Kombination von mit Reissessig gesäuertem Sushi-Reis mit vor allem rohem Fisch oder anderen Zutaten dar.

Siehe *JAPAN* und *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

**SWAT**

Eine Abkürzung für englisch "Special Weapons And Tactics", eine Spezialeinheit innerhalb der US-Polizei für Notfälle und gefährliche Spezialeinsätze.

**Swayze, Patrick**

Ein US-amerikanischer Schauspieler (\* 1952, † 2009), Sänger, Tänzer, Drehbuchautor und Produzent mit Gastauftritten im Fernsehen. Nach einer soliden tänzerischen Ausbildung tanzte Swayze im Broadway-Musical *Grease* und begann eine Karriere als Schauspieler, die ihm in den 1980er-Jahren mit

18 größeren wie kleineren Filmen den Durchbruch als Publikumsliebbling und eine Golden Globe-Nominierung für seine Rolle als Tanzlehrer in *Dirty Dancing* (1987) brachten.  
Siehe *YUPPIE* und *TALKSHOW in den 1980ern*; *Dirty Dancing* und *Tiger Warsaw*

### **Sweet Briar College**

Eine der renommiertesten privaten US-Universitäten, die 1901 in Sweet Briar (VA) ausschließlich für Frauen gegründet wurde.<sup>1592</sup>

### **Sweet'N Low**

Ein US-amerikanischer Markenname für einen künstlichen Süßstoff, der in den 1980er-Jahren das Yuppie-Gesundheitsbewusstsein unterstützte und erstmals mit Werbespots im Fernsehen beworben wurde.

### **“Sympathy For The Devil”**

a) Ein Song der britischen Rockgruppe The Rolling Stones aus dem *Beggars Banquet*-Album 1968, der zu den kontroversiellen und zugleich berühmt-berichtigten Nummern der Band gehört. Mit Mick Jagger in der Rolle des Teufels – ohne jedoch das Wort “Teufel” auszusprechen – versuchte sich die Gruppe ein dämonisches Image zu geben: Es gibt nur eine einzige Stelle, wo sich Mick Jagger als Luzifer ansprechen lässt. Die Stimmung in “Sympathy For The Devil” baut sich mit afrikanischen Trommeln, Urwaldgeschrei und Klaviergetöse im Untergrund langsam auf und verdichtet sich mit einem Backup-Chor, der lockend wirkt, und einem feurigen Gitarrensolo – darüber besingt Jagger, als wohlhabender Gentleman personifizierter Teufel und böse Macht, den historischen (christlichen) Weltlauf von der Kreuzigung Jesu zur Inquisition bis zum Kennedy-Mord und schließt mit der provokanten Frage, wer letzteren denn getötet habe. Die Antwort “[...] after all it was you and me” soll darauf verweisen, dass doch in jedem Menschen der Teufel steckt. Der Song schließt mit einem unbehaglich wirkenden Falsetto.

b) Ein 1987 erschienener Roman des US-amerikanischen Autors Kent Anderson, der 1968 in den Vietnamkrieg eingezogen wurde und nach knapp 20 Jahren im Polizeidienst seine Vietnam- und Kriegserfahrung in *Sympathy for the Devil* autobiografisch, in aller Brutalität wie Faszination an der Gewalt, verarbeitete.

Siehe *Rolling Stones, The*

## **T**

### **T. Anthony**

Eine 1946 von Theodore Anthony gegründete US-amerikanische Marke für solides und elegantes Reisegepäck der Luxusklasse mit einem Showroom an der 445 Park Avenue in New York City.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Taffetas, The**

Ein US-Musical aus dem Jahr 1956, in welchem die vier singenden Schwestern Kaye, Peggy, Cheryl und Donna aus Muncie, Indiana, ihr Fernsehdebüt in “Spotlight on Music”, einer fiktionalen nationalen Wochen-Varieté-Show des DuMont-Fernsehnetzwerkes geben. Mit Sketchen, Liedern und kurzen Tanzeinlagen, die an Doris Day und an ein nostalgisches Frauenbild, geprägt von Tupperware-Partys und Patriotismus, erinnern, hoffen die Frauen zwischen 18 Jahren und Anfang 20 von Ed Sullivan und für seine prominente Show “entdeckt” zu werden. In den 1980er-Jahren hatte das Musical, gleich wie das konservative Frauenbild, ein Revival. “Taffeta” heißt auf Deutsch “Taft”.

Siehe *Misérables, Les*

### **TAG Heuer**

Eine 1860 gegründete Schweizer Marke für Uhren und Messgeräte, die für Avantgarde in Entwicklung und Design steht. 1983 kreierte TAG Heuer den ersten analogen Quarzanzeige-Chronographen.

Siehe *MODE in den 1980ern*

---

<sup>1592</sup> Sweet Briar College – Women Making History, [www.sbc.edu](http://www.sbc.edu).

### “Take Five”

Ein 1960 entstandener Hit des US-amerikanischen *Dave Brubeck Quartetts*, einer 1951 vom Pianisten Dave Brubeck (\* 1920, † 2012) und Alt-Saxofonisten Paul Desmond (\* 1924, † 1977) gegründeten Jazzformation, die mit der Verbindung von Desmonds einzigartigen, poetischen Altsaxofonklängen und Brubecks schnellen Akkordläufen und experimentellem Klavierspiel innerhalb weniger Jahre großen Erfolg hatte und als Gruppe bis zu ihrer Auflösung 1967 weltweit tourte. Brubeck selbst war in den 1940er-Jahren mit seinem polyrhythmischen Klavierspiel und Hang zur Polytonalität aufgefallen und gilt als einer der wichtigsten Exponenten des Cool Jazz.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### Talking Heads

Eine ehemalige New Yorker Underground-Band. Art-school Punks, die Mitte/Ende der 1970er den Brückenschlag zwischen Kunstpop, Minimalismus und weißem Funk schafften und sich mit dem Produzenten Brian Eno den Ruf erwarben, die “innovativste und intellektuell interessanteste Band der Geschichte”<sup>1593</sup> zu sein. In den 1980ern ließen sich die Talking Heads groß kommerziell vermarkten: War *Remain in Light* (1980) noch ein kreatives Amalgam aus funkigem Pop mit afrikanischer Percussion und elektronischen Musikeinflüssen, bewegte sich *Speaking in Tongues* (1983) nach einer längeren Konzerttour bereits mehr in Richtung Pop. Eine weitere Tour wurde auf dem Video *Stop Making Sense* von Jonathan Demme aufgezeichnet, dem 1985 das Pop-Album *Little Creatures* folgte; dann führte David Byrne Regie und spielte in dem Film *True Stories* (1986) mit, dessen Songs das nächste Talking Heads-Album bestimmen sollten. Ende der 1980er-Jahre waren Talking Heads unter den amerikanischen Top-40 Pop-Bands, die zu einem “hip” und “artsy”-Image der Yuppies beitrugen. Als der Sänger David Byrne, der Anti-Rockstar, aus dieser an der Rhode Island School of Design gegründeten Band mit Drummer Chris Frantz und Bassistin Tina Weymouth und dem später dazugestoßenen Keyboarder Jerry Harrison austrat, löste sich die Band 1991 definitiv auf. Die Talking Heads, die im Text immer wieder als “the new Talking Heads” (AP 395) gehört und erwähnt werden, sind die Lieblingsgruppe des Serienmörders und Yuppies Patrick Bateman. Eine Zeile aus dem zitierten Lied “(Nothing but) Flowers” vor Textbeginn beschwört bereits das Ende von American Psycho, worin sich nach der totalen Zerstörung der Welt und einem postmodernen Chaos der naive Wunsch nach dem Paradies postuliert.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### TALKSHOW in den 1980er-Jahren: Das Private wird öffentlich

Mit dem Fernsehformat der “Talkshow”, welche Mitte der 1980er-Jahre eine grundlegende Wende in Richtung öffentlicher Ausschlichtung von Leid und dem Brechen von Tabus erfahren hat, vermag Ellis das Zeitalter des Hyperkonsumismus zu kritisieren: Die in *American Psycho* von Patrick Bateman zitierten Themen illustrieren Interessensschwerpunkte der amerikanischen Bevölkerung in den 1980er-Jahren. Da die fiktive Talkshow *The Patty Winters Show* ein Konglomerat verschiedener Talkshows aus dieser Zeit darstellt und somit Authentizität besitzt, werde ich diese kontextualisierende Auseinandersetzung mit der “Talkshow” mit den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen in diesem Bereich ergänzen. In ihrem 1997 erschienenen Buch *The Talking Cure* setzte sich die Autorin Jane M. Shattuc erstmals mit der kulturellen Geschichte des Aufstiegs und Falls der *daytime television talk show*, der “teilnehmenden” Fernsehform, welche sich mit der öffentlichen Debatte von Alltagsthemen von Frauen beschäftigt, auseinander. In dieses spezifische Talkshow-Format der Daily Talk fällt auch die *The Patty Winters Show*. Shattucs Untersuchung umfasst neben der historisch-kulturellen Entwicklung auch Fallstudien, Interviews und alle bis dahin vorliegenden wissenschaftlichen Erkenntnisse, die der “Konstruktion von Fernsehpublikum, GastgeberIn und TeilnehmerInnen und ihrer medialen Präsentation” (ebda) zugrunde liegen. Diese meinen Recherchen zufolge ausführlichste Auseinandersetzung mit dem Phänomen (US-amerikanische) “Talkshow” diene mir daher als eine wesentliche Grundlage für die kontextuelle Einordnung der Talkshow, wie sie in *American Psycho* präsentiert wird. Die *Patty Winters Show* durchzieht *American Psycho* als Leitmotiv, weswegen ich im Folgenden deren Funktion und Darstellungsweise als strukturierendes Element im Text darlegen werde. Die *Patty Winters Show* beginnt in Bezug auf ein Thema harmlos, wobei der Schwerpunkt von Anfang an bei der Darlegung von menschlichen Problemen liegt. Die Themen selbst werden von der Talkshow-Gastgeberin Patty Winters emotionalisiert präsentiert: Einer Sendung über Frauen mit multiplen Persönlichkeitsstörungen, “women with multiple personalities” (AP 29) schließt sich eine Sendung über “Autism” (AP 63), Autismus, einer weiteren psychischen Krankheit an. Bereits in diesem Kapitel erfahren die LeserInnen über eine Bemerkung von Batemans Sekretärin Jean von dessen Abhängigkeit

<sup>1593</sup>

Christian Graf, *Rockmusiklexikon Amerika, Afrika, Australien* (Frankfurt/M: Fischer, 1996) 952.

von der Talkshow. Wie Bateman menschliche Anteilnahme übt, erleben die LeserInnen schon im nächsten *Patty Winters Show*-Zitat. Die Show dient Bateman und seinen Kollegen als verschleißender Gesprächsstoff – es geht um große Brüste – und weist auf die sich in den 1980er-Jahren auch für eine breite Masse etablierende Schönheitsindustrie hin:

The topic was Big Breasts and there was a woman on it who had a *breast reduction* since she thought her tits were too big – the dumb bitch. I immediately called McDermott who was also watching it and we both ridiculed the woman through the rest of the segment. (AP 68–69)

Als Bateman ein Interview mit dem Präsidenten verpasst, zeigt sich, dass Batemans politisches Interesse ausschließlich Teil von Batemans Image als Yuppie ist: “I’ve missed *The Patty Winters Show* which actually was a repeat of an interview with the President, . . . it doesn’t really matter, I guess.” (AP 81) Es ist übrigens die einzige Sendung dieser Talkshow, die Bateman verpasst oder nicht auf Video aufzeichnet. Batemans Beschreibung der Talkshow als eine Wiederholung des Interviews mit dem Präsidenten zeigt, wie Fernseh Wiederholungen Geschichte machen und wie Politik auf die Talkshow-Bühne gebracht und dadurch auch trivialisiert wurde. Neben der implizierten Kritik an Ronald Reagan sollte Ellis eine Entwicklung beschreiben, die mit den Präsidentschaftswahlen 1992 einen neuen Höhepunkt erreichte:

The way the 1992 presidential campaign was waged on television says a lot not only about what politics has become but how television has been transformed. This year, both TV and politics dealt more directly with the viewer/electorate than ever before [...] This year, politics was entertainment.<sup>1594</sup>

Da mit dem Medium “Talkshow” unter Vortäuschung von Volksnähe innerhalb kurzer Zeit eine sehr hohe Anzahl an potenziellen Wahlstimmen erreicht werden konnte, wurden Talkshow-Auftritte des Präsidentschaftskandidaten Georg Bush Teil von dessen Fernsehkampagne.<sup>1595</sup> Gab es die Möglichkeit eines Talkshow-Auftritts bereits seit der berühmten ersten Fernsehdebatte zwischen Kennedy und Nixon am 26. September 1960, nutzte Bush das Fernsehformat “Talkshow” erstmals zu einem bis dahin nicht gekannten Ausmaß für die eigene Bewerbung und Popularisierung seiner Themen: “What has happened is that candidates have sought out programs with easy access and the best chance to get easy questions.”<sup>1596</sup> Vor allem am Morgen und tagsüber konnten Millionen von AmerikanerInnen ihren Präsidentschaftskandidaten per Bildschirm “persönlich” kennenlernen: “When television brings the faces of politicians close to us, it deconstructs itself as a medium. It becomes window first; then open window; then no window. The candidate sits on our sofa.”<sup>1597</sup> Am letzten Talkshow-Auftritt von Georg Bush während seines Wahlkampfes in der *Phil Donahue*-Show nahmen rund 90 Millionen ZuseherInnen teil – das war mehr als jeder unmittelbare öffentliche Auftritt an Publikum bieten konnte, und es sollte die Fernsehscene verändern:

Donahue turned the show over to the candidates and stayed out of it. That was the beginning of the transformation of the electorate. The public found it could get substance from seeing the candidates unfiltered like that. [...] To some, the barrage of political ‘softer news’ forums helped the candidates take control. The candidates have been in control. This is one of those years nobody can complain the networks are setting the agenda for voters.’ (Scott Miller, a Democratic political consultant supporting Perot). [...] ‘The election has been successful in showing the commercial networks how they can make money with news and information.’ (Brian Lamb, chairman of C-SPAN) [...] The huge audience tuning in for the debates served to raise the profile of the networks’ correspondents and political analysts. [...] ‘The traditional political press’s coverage is significantly better and more substantive than it was in previous elections. On the other hand – and ironically – they were less important to the political process than ever before.’ (Marvin Kalb, former network correspondent and director of Harvard University’s Joan Shorenstein Barone Center on press, *Politics & Public Policy*)<sup>1598</sup>

Patty Winters Talkshowthemen drehen sich weiters um “Real-Life Rambos” (AP 87): Vergleiche hierzu die Rambo-Manie und den damit legitimierten Machismus in den 1980er-Jahren, die das Ergebnis der Reaganschen Aufwertung des Vietnamkriegs und seiner Veteranen waren. Den Rambos folgt eine Sendung über “Perfumes and Lipsticks and Makeups” (AP 93), Parfüms, Lippenstift und Makeup, wobei das Themenspektrum bis dahin durchaus glaubwürdig klingt. Allmählich jedoch beginnen sich im Text Themen einzuschieben, die den Sensationscharakter dieser Daily Talkshow exponieren und Bateman als äußerst *sensationsgierig* erkennen lassen: Es gibt eine Sendung über die “descendants of the Donner Party” (AP 107), über die vom Kannibalismus im Hochgebirge der Sierra Nevada verschonten Pionierinnen und Pioniere aus dem Jahr 1846. Dem folgt das Thema “Ufos that Kill” (AP 115). Mit dem

<sup>1594</sup> Sharon D. Moshavi, “Elections enter new Television Age: In politics, ‘92 may be remembered as year the campaign trail became a two-way street,” *Broadcasting* 2 November 1992: 12.

<sup>1595</sup> Ebda.

<sup>1596</sup> Zitiert nach dem Nachrichtensprecher von CBS Dan Rather in ebda., 13.

<sup>1597</sup> Zitiert nach Roderick Hart, 35, in ebda.

<sup>1598</sup> Moshave, 12 f.

sich anbahnenden Ende des Kalten Krieges wurden neue "politische" Feindbilder gesucht; zudem waren die AmerikanerInnen – ob des grenzüberschreitenden Gedankens – immer schon von der Existenz Außerirdischer fasziniert. Den Ufos schließt sich eine Sendung über die Möglichkeit eines Nuklearkrieges, "the possibility of nuclear war, and according to the panel of experts the odds are pretty good it will happen sometime within the next month" (AP 119) an. Auch hier schiebt Ellis wieder seinen Protagonisten vor, um Kritik am Präsidenten Ronald Reagan zu üben, der aus völliger Verantwortungslosigkeit und Ignoranz fast einen Nuklearkrieg provoziert hätte. Patrick Bateman berührt eine derartige Zukunftsaussicht nicht. Eine andere Ausgabe der *Patty Winters Show* handelt von "Toddler-Murderers" (AP 138), die bereits einen Vorgeschmack auf Batemans perverse Verzückerung über das Leid der anderen dokumentiert:

In the studio audience were parents of children who'd been kidnapped, tortured and murdered, while on stage a panel of psychiatrists and pediatricians were trying to help them cope – somewhat futilely I might add, and much to my delight – with their confusion and anger. But what really cracked me up was – via satellite on a lone TV monitor – three convicted Toddler-Murderers on death row who due to fairly complicated legal loopholes were now seeking parole and would probably get it. But something kept distracting me while I watched the huge Sony TV over a breakfast of sliced Japanese apple-pear, Evian water, oat-bran muffins, soy milk and cinnamon granola, ruining my enjoyment of the grieving mothers, and it wasn't until the show was almost over that I figured out what it was: The crack above my David Onica that I had asked the doorman to tell the superintendent to fix. (AP 138)

Der Aufbau und Ablauf der Sendung mit einem Team an Fachleuten und der Liveschaltung zu Kleinkind-Mördern in der Todeszelle illustriert realistisch, wie seit Mitte der 1980er-Jahre zwecks Quotensteigerung eine völlig unmenschliche Sensationsausschlachtung stattgefunden hat. Die *Patty Winters Show* stellt sich dabei mehr und mehr als Informations- und Ideenquelle für die Perversitäten des Erzählerprotagonisten heraus. Batemans "Wahnsinn" lässt sich damit nachvollziehbarer auf die Konsumangebote der amerikanischen Populärkultur der 1980er-Jahre zurückführen. Der Sendung "Shark Attack Victims" (AP 143) folgt eine Ausgabe über "Aspirin: Can It Save Your Life?" (AP 149). Seit 1985, als Fachleute festgestellt hatten, dass eine Aspirin-Tablette pro Tag das Herzinfarktrisiko bedeutend senken würde, wurde Aspirin zum großen Thema. 1988 belegte auch eine Harvard-Studie diese Wirksamkeit bei Männern über 50.

*The Patty Winters Show* this morning was about Nazis and, inexplicably, I got a real charge out of watching it. Though I wasn't unsympathetic either, nor I might add did most of the members of the audience. One of the Nazis, in a rare display of humor, even juggled grapefruits and, delighted, I sat up in bed and clapped. (AP 156)

Zum "Nazismus" als Thema der Daily Talk: 1986 sollte die österreichische Bundespräsidentschaft von Kurt Waldheim, dessen NS-Mitgliedschaft zwar erwiesen war, ein Insiderwissen zu den Nazi-Verbrechen oder vielmehr eine Beteiligung an den Gräueltaten von diesem aber immer abgestritten wurde, in den USA großes mediales und politisches Aufsehen erregen und zum Einreiseverbot von Kurt Waldheim führen. Die *Patty Winters* Talkshow beginnt sich als unerlässlicher, ritualisierender Teil des Tagesablaufes von Patrick Bateman herauszukristallisieren. Das zeigt sich bereits rein formal aus der gängigen Einführung der Show mit den Worten "*The Patty Winters Show* this morning was about ...". Ein anderes Mal fügt Bateman die Sendezeit und Länge der Show hinzu, wodurch der Stellenwert der "konsumierten" Show in Batemans Leben klar wird:

*The Patty Winters Show* I taped this morning hasn't been watched yet. It's sixty minutes about women who've had mastectomies, which at seven-thirty, over breakfast, before the office, I couldn't bear to sit through, but after today – [...] – I've adapted; these events have toughened me and I'm prepared to deal with this particular topic. (AP 161)

Die Entfernung der Brust geht auf die erstmals in den 1980ern breit geführte Auseinandersetzung mit Brustkrebs und seiner Früherkennung zurück. Die *Patty Winters* Sendung "about a new sport called Dwarf Tossing" (AP 167) über das Zwergenwerfen klingt absurd, ist aber ein US-amerikanischer (wie auch australischer) Unterhaltungssport der 1980er-Jahre. Sportziel war es, auf einer Bahn einen Kleinwüchsigen in Schutzkleidung so weit als möglich zu werfen.

*The Patty Winters Show* this morning was about women who married homosexuals and I almost called Courtney up to warn her – as a joke – but then decided against it, deriving a certain amount of satisfaction from imagining Luis Carruthers proposing to her, Courtney shyly accepting, their nightmarish honeymoon. (AP 178)

Der Sendung über "Frauen, die einen Homosexuellen geheiratet haben" folgen Sendungen über Themen wie "Teenage Girls Who Trade Sex for Crack" (AP 181), "Aerobic Exercise" (AP 200), "Deformed People" (AP 219) und "Concentration Camp Survivors" (AP 221). Das Themenspektrum der Daily Talkshow selbst vermittelt ein sehr spezifisches Bild der 1980er-Jahre, wobei zumeist der Mensch im Mittelpunkt

des Interesses steht. Allerdings geht es allein um bestimmte Aspekte des Menschen, vorwiegend um jene, die von der gängigen (sozialen) Norm und von gewünschten Verhaltensmustern abweichen wie Homosexualität, physische und psychische Krankheiten (Entstellung, Perversion, Autismus, multiple Persönlichkeitsstörung, Schizophrenie), menschliche Ängste (die kanalisiert werden), Formen von Gewalt (in der Familie oder historisch-patriarchale und populärkulturell tradierte Gewalt, Kinderprostitution und Serienmord) sowie um die Vermarktung von Schönheit und Gesundheit als Gegenpol hierzu. Batemans täglicher Talkshow-Konsum dürfte für den Erzählerprotagonisten aber mehr als nur Alltagsstrukturierung sein. Vielmehr scheinen die Show und ihr Konsum Teil von Batemans Textidentität zu sein, so als ob sich dieser mit der kontinuierlichen, zwanghaften Erwähnung der Talkshow die eigene Existenz bestätigen müsste:

*The Patty Winters Show* this morning was about Salad Bars [...] My mind is a mess. I don't know what to think or how to feel. *The Patty Winters Show* this morning was about Salad Bars. (AP 225)

Batemans Zwang die Talkshow zu konsumieren, illustriert wiederum die Abhängigkeit des Erzählerprotagonisten von der Meinung seiner Umwelt bzw. der Medienautorität, die er Patty Winters durch seine Fernsehbeteiligung zuweist. Die Talkshow über "Has Patrick Swayze Become Cynical or Not?" (AP 231–32) dient Bateman als Gesprächsstoff mit seiner Ex-Freundin Bethany. Dabei entsteht durch Bethanys (erstaunte) Reaktion auf dieses banale Thema und auf Batemans Verunsicherung – er hat keine Meinung zur Show und erinnert sich wie immer kaum an diese – eine wunderbar peinliche Textsituation: Ellis untergräbt darin Batemans vermeintliche Souveränität und serviert diesen dem Leser in seiner Geistlosigkeit. Zugleich jedoch wird klar, dass Bethany nicht zum Yuppie-Kreis gehört und damit auch nicht von Statussymbolen abhängig ist und somit auch nicht von Bateman bewertet und kontrolliert werden kann. Das sollte sich als ihr Todesurteil herausstellen.

Talking animals were the topic of this morning's *Patty Winters Show*. An octopus was gloating in a makeshift aquarium with a microphone attached to one of its tentacles and it kept asking – or so its 'trainer,' who is positive that mollusks have vocal cord, assured us – for 'cheese.' I watched, vaguely transfixed, until I started to sob. (AP 250)

Die Themenliste umfasst weiters eine zweigeteilte *Patty Winters Show* "about an exclusive interview with Donald Trump and a report on women who have been tortured" (AP 256) – Wichtiges wird hier neben Unwichtigem gestellt und damit wertmäßig gleichgesetzt – und als zweiten Teil eine Sendung über "the best restaurants in the Middle East" (AP 278). Ab 1986 gerät die Iran-Contra-Affäre ans Licht und die Libanonpolitik der US-Regierung in die Schlagzeilen. Batemans Zustand manifestiert sich an den aufgezählten Talkshowthemen: Seine Feststellung "*The Patty Winters Show* were all repeats" dokumentiert Batemans Existenz als Serienmörder, dessen "mörderischer" Konsumzyklus ununterbrochen bleibt. Die nächste Talkshow-Ausgabe handelt von schwer übergewichtigen Menschen: "People Who Weigh Over Seven Hundred Pounds–What Can We Do About Them?" (AP 283) Die Fragestellung selbst belegt den konservativen und ausgrenzenden Charakter der Talkshow.

I watched a repeat of an old *Patty Winters Show* that I found on what I originally thought was a videotape of the torture and subsequent murder of two escort girls from last spring (the topic was Tips on How Your Pet Can Become a Movie Star). (AP 291)

Die LeserInnen erfahren mittels Talkshow, dass Bateman die Folterungen und Morde seiner Opfer von Anfang an gefilmt und damit sogenannte Snuff-Filme produziert hat. In ihrer bis dahin erfolgten Abgestumpftheit werden sie nur mehr etwas verstört, vielleicht empört reagieren und von ihrer voyeuristischen Gier angetrieben im Text weiterlesen und die *Patty Winters Show* weiter konsumieren: "*The Patty Winters Show* this morning was about a boy who fell in love with a box of soap" (AP 297), "Princess Di's beauty tips" (AP 301), "Spuds McKenzie" (AP 325). Die letztgenannte Sendung verweist mit einem kleinen Rechtschreibfehler auf die 1987 gestartete Budweiser-Werbekampagne mit dem Pitbull Spuds MacKenzie. Nun schiebt sich die *Patty Winters Show* zwischen Batemans Morde und unterstreicht mit ihren Themen das mentale Chaos und den Wahnsinn Batemans. Die Talkshow beginnt – groteskerweise – mit einer Sendung "about a machine that lets people talk to the dead" (AP 326). Danach folgen Sendungen über "Home Abortion Kits" (AP 330), "Human Dairies" (AP 344), "an interview with a man who set his daughter on fire while she was giving birth" (AP 347), "Beautiful Teenage Lesbians, which I found so erotic I had to stay home, miss a meeting, jerk off twice" (AP 360) und "Men Who've Been Raped by Women" (AP 362). Batemans Horrortrip nähert sich dem Ende. Die folgende Textpassage fasst Ellis' Zeitkritik noch einmal radikal zusammen:

While getting dressed [...] I watch a tape of this morning's *Patty Winters Show*, which is split into two parts. The first section is a feature on the lead singer of the rock band Guns N' Roses, Axl Rose, whom Patty quoted as telling an interviewer, 'When I get stressed I get violent and take it out on myself. I've pulled razor blades on myself but then realized that having a scar is more detrimental than not having a stereo. . . . I'd rather kick my stereo than go punch somebody in the face. When I get mad or upset or emotional, sometimes I'll walk over and play my piano.' (AP 363)

1987 hatte die Rockgruppe Guns N' Roses das Album *Appetite for Destruction* veröffentlicht, das 1989 zur Nummer eins der Charts wurde und acht Mal Platin gewann: "*Appetite for Destruction* is five talented misfits' way of coming to terms with the world – shouting, screaming and playing as hard as is humanly possible."<sup>1599</sup> Laut Kritik der Musikzeitschrift *Rolling Stone* hätten die verschiedenen Songs auf diesem Album die Stimmung vieler Jugendlicher "who feel disenfranchised, disillusioned and confused about life in the Eighties"<sup>1600</sup> zu transportieren vermocht. Die Gruppe aus Los Angeles war aus zwei Hardrock-Bands hervorgegangen und dokumentiert und besingt mit Axl Rose in einer Mischung aus Rock und Heavy Metal den steigenden Drogenmissbrauch, romantische Liebe und die Dekadenz der 1980er. Ellis spielt in dieser Passage auf die geballte Energie der Gruppe an, die sich bei Konzerten immer wieder gewalttätig auf das Publikum übertrug. Slash, Leadgitarrist von Guns N' Roses, im Interview mit *Rolling Stone* 1988: "The sincerity of the band shows, [...] That's why the crowds are so fuckin' violent. Not that I condone crowd violence and riots, but it's part of the energy that we put out."<sup>1601</sup> Diese Wutausbrüche hatten sich nicht nur gegen die Gesellschaft allgemein, sondern vor Ort im Verbund mit den Massen auch gegen sich selbst entladen. So wurden bei einem England-Konzert zwei Fans während des Songs "It's So Easy" von der aufgewühlten, "slammenden" Menge zu Tode getrampelt.

Part two consists of Patty reading letters that Ted Bundy, the mass murderer, had written to his fiancée during one of his many trials. "Dear Carole," she reads, while an unfairly bloated head shot of Bundy, just weeks away from execution, flashes across the screen, "please do not sit in the same row in court with Janet. When I look over toward you there she sits contemplating me with her mad eyes like a deranged seagull studying a clam . . . I can feel her spreading hot sauce on me already . . ." (AP 364)

Abgesehen von der Tatsache, dass Serien- und Massenmörder gänzlich konträre Täterprofile aufweisen, könnten Ted Bundys Worte im Brief aus Batemans Mund stammen, womit sich der Kreis mit einem echten Serienmörder auch im Text schließt: Indem Bundy Janets Sichtweise als "verrückt" darstellt, kann er selbst als "normal" wahrgenommen werden. Ein Trick, den auch Ellis immer wieder bei der Selbstdarstellung von Patrick Bateman in *American Psycho* anwendet und damit sein "Lesepublikum" täuscht. Ted Bundy war das beste Beispiel für den nicht sichtbaren Wahnsinn eines Serienmörders. So war die erste Reihe bei den Gerichtsverhandlungen gegen den Serienmörder Ende der 1980er stets von weiblichen Fans besetzt, die Bundy wie Teenagerinnen verehrten, obwohl sie alle in das Schema seiner Mordopfer passten. Bundys tödlicher Charme schien bis zum Ende unwiderstehlich. Tatsächlich heiratete eine Frau namens Carole Boone Bundy noch im Gefängnis und gebar ihm ein Kind. Ellis scheint mit der Erwähnung einer Ted Bundy-Sendung in *American Psycho* eine Entwicklung vorhergesehen zu haben: So wurde einige Jahre später, am 3. Februar 1994, in der *Sally*-Talkshow die Komplizin eines Serienmörderpaares in Kalifornien detailliert über die mörderische Vorgehensweise befragt: "[it] contained all the stereotypical characteristics of a daytime talk show: graphic discussion of sex, violence, and emotions by seemingly ordinary people whose stories of extremes engage a responsive audience."<sup>1602</sup> Als Teil von Batemans Konsumzyklus begleitet die *Patty Winters Show* den Erzählerprotagonisten und seine LeserInnen bis zum Textende, das jedoch kein Ende des Konsumzyklus impliziert. Einer Sendung über "people with half their brains removed" (AP 368) folgt "Bigfoot was interviewed on *The Patty Winters Show* and to my shock I found him surprisingly articulate and charming" (AP 381). 1989 gab es eine NBC-Spezialausgabe über diesen amerikanischen Mythos, einem großen, haarigen Hominiden, der in der Wildnis des Pacific Northwest leben soll und dessen Existenz seit Jahrzehnten mit verschwommenen Fotos, Augenzeugenberichten und Mammutfußstapfen aufrechterhalten wird. "Patty Winters is on the screen asking a child, eight or nine, 'But isn't that just another term for an orgy?'" (AP 382), dem folgt "On *The Patty Winters Show* this morning a Cheerio sat in a very small chair and was interviewed for close to an hour" (AP 387) und an anderer Stelle "[...] this morning was about girls in the fourth grade who trade sex for crack" (AP 389). Aus Teenagerinnen der früheren Sendung "Teenage Girls Who Trade Sex for Crack" (AP 181) wurden Grundschülerinnen. Batemans Unzuverlässigkeit als Erzählerprotagonist ist längst belegt. Der anfängliche Schrecken des Lesers bzw. der Leserin ist längst der Apathie gewichen. Gleich wie Bateman hat er bzw. sie fortwährend die Talkshow-Themen konsumiert – sich darüber hinweggelesen und -gesehen – und ist dabei einfach abgestumpft. Als sich gegen Ende des Textes nun der Filmrhythmus wieder ändert und der Autor, Bret Easton Ellis, wieder Batemans Image als Yuppie in den Vordergrund stellt, vermag er schlussendlich die oberflächliche Attitüde und demonstrierte Entmenschlichung in den Kontext der Reagan'schen Regierungspolitik zu stellen:

<sup>1599</sup> "Top Hundred, The," *Rolling Stone*, 16 November 1989: 86.

<sup>1600</sup> Ebda.

<sup>1601</sup> Ebda. Vgl. auch Rob Tannenbaum, "The Hard Truth About Guns N' Roses," *Rolling Stone* 17 November 1988: 60–68.

<sup>1602</sup> Shattuc, 13.

On the TV Screen in Harry's is *The Patty Winters Show*, which is now on in the afternoon and is up against Geraldo Rivera, Phil Donahue and Oprah Winfrey. Today's topic is Does Economic Success Equal Happiness? The answer, in Harry's this afternoon, is a roar of resounding 'Definitely', followed by much hooting, the guys all cheering together in a friendly way. On the screen now are scenes from President Bush's inauguration early this year, then a speech from former President Reagan, while Patty delivers a hard-to-hear commentary. (AP 396)

Der Hinweis auf die Verschiebung der Talkshow-Sendezeit auf den Nachmittag weist auf die Erweiterung des Zielpublikums "Hausfrauen" auf Kinder und Jugendliche hin. Mit dem Verweis auf eine Konkurrenz durch die real existierenden Talkmaster wie den aggressiven Geraldo Rivera und gesprächigen Phil Donahue sowie die gefühlsbetonte Oprah Winfrey impliziert Ellis auch eine zwangsläufige Veränderung der *Patty Winters Show* in Richtung mehr Sensationsgier gemäß den Regeln einer hyperkonsumistischen Angebotsspirale. Ab 1987 hatten nämlich die erwähnten Talkshow-GastgeberInnen mit ihren Themen Aufsehen zu erregen begonnen und die Daily Talkshow in ihrem Wesen verändert. Zur gleichen Zeit wurden auch andere Sendeformate nach dem Vorbild der themenorientierten Talkshow produziert. Das TV-Nachrichtenmagazin *A Current Affair* begründete 1986 das "tabloid TV" mit – ganz in der Tradition der Populärkultur des 20. Jahrhunderts und seiner Mixtur von Sensationalismus, populistischer Politik und Massenkonsum. In diesen neuen, "syndicated" *tabloid TV-Shows* wurden Sexual- und andere Gewaltverbrechen für hohe Einschaltquoten ausgeschlachtet; diese Fernsehshows boten erstmals das Fernsehäquivalent zur Boulevardpresse: von *America's Most Wanted*, dem NBC-Special *Devil Worship: Exposing Satan's Underground* oder Geraldos "prime time"-Special zur Hauptsendezeit *Murder: Live from Death Row* zu den ABC-Specials *Crimes of Passion* und *The Reporters*. 1989 laufen im amerikanischen Fernsehen so spektakuläre Sendungen wie "My mother Stole My Boyfriend" (Phil Donahue), "Videotape Blackmail" (Oprah Winfrey) und "Meet America's Best Paid Lady Drug Dealers" (Geraldo Rivera). Solche Sendungen sind heute gängiger Standard bei den Privatsendern, um den Publikumsvoyeurismus im Wettbewerbsstreit zu befriedigen.<sup>1603</sup> Zehn Jahre später beschrieb Geraldo Rivera einmal den Zustand der Talkshows in den USA eigentümlich selbstkritisch:

Driven by advertisers and TV-station resistance, ideological pressure and self-loathing, I decided last year either to change my show or get out of the daytime arena. It wasn't so bad a decade ago when it was just Donahue, Oprah, Sally and me. In those halcyon days, Phil could get gasps and ratings by wearing a skirt, Oprah by shedding a wagonload of fat or Sally by trading in her glasses. Nobody got hurt, and the lurid offerings were always leavened by investigative pieces or feel-good episodes on 'Courageous Children'. Things started getting ugly over the last several seasons as copycats brought the number of daytime talkers to more than 25. Spectacle became the thing. It wasn't enough to do teen hookers anymore. Now you had to have 'Watch Teenagers Tell Their Parents: Mom and Dad, I'm a Hooker.' Ambush interviews, meanspirited confrontations, surprise guests . . . just ask Phil Donahue how tough it became to stay competitive.<sup>1604</sup>

Donahue selbst bringt in der Woche des 3. Mai 1993 ein Themenspektrum, das durchaus an die *Patty Winters Show* erinnert: "Mormon sex secrets", "three sisters who had had liposuction", "teens whose high school teachers had lured them into sexual encounters and later, in some cases, forced them to get abortions when they became pregnant".<sup>1605</sup> Am Ende schließt sich der Kreis in *American Psycho* und Ellis vermag das, was er mit McDermott am Anfang schon angedeutet hatte, zu generalisieren: Alle Yuppies sind willige Konsumentinnen und Konsumenten der *Patty Winters Show*, welche ihre Vorbilder durchaus in der amerikanischen Realität der 1980er-Jahre hatte, und die Talkshow als Genre wirkt bei ihrem Fernsehpublikum ethnisch wie sozial übergreifend. Die Daily Talkshow und ihre Themen, charakteristisch für eine zunehmende gesellschaftliche Oberflächlichkeit, bieten damit einen Maßstab für die Desensibilisierung, die durch den Hyperkonsumismus in den 1980er-Jahren stattfand. Die letzte Erwähnung der *Patty Winters Show* endet untypisch mit einer (Ellis'schen) Zukunftsansage, wobei das Thema selbst auf den ungebrochenen Konsumzyklus des Erzählerprotagonisten und den einer oberflächlichen Gesellschaft verweist: "Tomorrow, on the *The Patty Winters Show*, Doormen from Nell's: Where Are They Now?" (AP 398). 1995 existieren auf dem amerikanischen Fernsehmarkt durchschnittlich 15 Talk-Shows, wobei das Genre die fast 50-jährige Herrschaft der Soap-Operas abgelöst hat und zum beliebtesten Fernsehprogramm für Frauen wurde. 1993 schauten mehr als 15 Millionen Menschen *The Oprah Winfrey Show*; die Talkshow, die alle anderen Netzwerk-Nachrichtenprogramme, Nacht-Talkshows, Morgenprogramme und jede einzelne Seifenoper an Zuseherinnen und Zusehern überholt hat.<sup>1606</sup> 1996 verlässt die erste Generation der Talkshow-

<sup>1603</sup> Vgl. Richard Zoglin et al, "A Walk on the Seamy Side," *Time* 31 October 1988: 78 f.

<sup>1604</sup> Newsweek Staff, "I WAS GOING TO HELL," *Newsweek* 15 July 1996: 48.

<sup>1605</sup> Vgl. Patricia Joyner Priest, *Public Intimacies* (Cresskill: Hampton Press, 1995) 2.

<sup>1606</sup> Ebda., 2 ff.



Gastgebenden (*Oprah*, *Geraldo* und *Phil Donahue*) das Genre aufgrund einer nationalen Kontroverse über das Wesen der Talkshow, die Rolle der *tabloid culture* in den USA, die Entstehung einer Opferkultur und die Ausbeutung (sozial) Benachteiligter für kommerzielle Zwecke.<sup>1607</sup> Von außen gesehen erschienen diese Fernsehsendungen immer mehr als Teil einer *throwaway mass culture*, einer Wegwerfkultur, wo Stunde für Stunde Transsexualität, Ehebruch, Kindesmissbrauch etc., jedes noch so sensationelle Thema zum Gemeinplatz gemacht wurde. Wo jedoch finden sich die Anfänge dieser Entwicklung? Die Autorin Shattuc führt die Entwicklung der Daily Talkshow (*daytime talkshow*) auf die Identitätskämpfe von 1960 bis in die 1980er-Jahre zurück, die mit dem feministischen Bewusstsein “the personal is political” erstmals das bis dahin ausgegrenzte Privatleben in die öffentliche, soziale Debatte einbrachten:<sup>1608</sup>

The Right reacted to identity politics not only by scapegoating it as ‘politically correct’ authoritarianism but by dismantling the initiatives that had characterized post-1960s politics: affirmative action, environmental protection, equal rights legislation. And into the fray rushed commercial TV ready to publicize this latest controversy for ‘the people’ and exploit its potential for sensationalism by presenting private acts as socially relevant. Each daytime talk show had its own version of the politics of everyday culture, and their clash played out in the living rooms across the country. From 1967 to 1993, TV produced some of the most radical populist moments in its history as women (and men) rarely seen on national television (lesbian, black, working classes) stood up, spoke about, and even screamed for their beliefs about what is culturally significant. They redefined politics to reflect a practice of power in which average Americans had a measure of influence.<sup>1609</sup>

Die Talkshow selbst, so Shattuc weiter, hatte ihre Vorbilder in der US-amerikanischen Populärkultur des 20. Jahrhunderts, in den Boulevardzeitungen und ihren Ratgeberkolumnen für Frauen und dem Melodram in Buchform oder in Fortsetzungsromanen. Die themenorientierte Daily Talkshow geht dabei auf *The Phil Donahue Show* in Dayton, Ohio, am 6. November 1967 zurück, als Donahue ein Programm über Atheismus mit der Aktivistin Madalyn Murray O’Hair gestaltete.<sup>1610</sup> Bis dahin wurden in Talkshows ausschließlich berühmte Persönlichkeiten präsentiert. Von da an wurden plötzlich Menschen aus dem Alltag präsentiert, denen auch ein Studiopublikum Fragen stellen durfte. *The Phil Donahue Show* wurde zu einem national verkauften Programm. Das Genre wurde so populär, dass zu fast jeder Stunde vormittags wie nachmittags auf mindestens einem Fernsehkanal eine Talkshow lief. Mitte der 1980er-Jahre kamen dann neue, national verkaufte Talkshows wie *The Oprah Winfrey Show*, *Geraldo* und *Sally Jesse Raphael* dazu. Alle vier mixten Sensationalismus mit einer liberalen politischen Agenda, in der sie vorgaben, sich für die Rechte der Benachteiligten einzusetzen.<sup>1611</sup> Die inhaltliche Kohärenz dieser Talkshowgruppe sollte jedoch erst mit dem Aufkommen der sogenannten Jugend-Talkshows (Trendsetterin hierin war *The Ricki Lake Show*) Mitte der 1990er klar werden. Dort verschob sich das Augenmerk des Genres von der Identitätspolitik weg hin zu einer unpolitischen und ironischen Auseinandersetzung mit Sozialthemen, wie die Autorin Shattuc belegt. Begleitet wurde diese Entwicklung von einem Backlash gegen die ‘social do-good’-Rechtschaffenheit der ersten Talkshow-Generation.<sup>1612</sup> Im Gegensatz zu anderen interaktiven Shows wie *game shows*, *love shows* und anderen Talkshows bietet die *daytime talk show* persönliche Verwicklungen in einer Nachrichtengeschichte, welche wiederum den Anreiz für eine breite Anteilnahme darstellt. Die Interessensgrundlage beim ausgewählten Thema ist zumeist ein kultureller Konflikt.<sup>1613</sup> Die Themen werden aus aktuell erschienenen Zeitungs- und Zeitschriftenartikeln oder aus Zuschriften von Zuseherinnen und Zusehern sowie aus Anrufen ausgewählt. Das Hauptkriterium dabei ist nach Shattuc die Möglichkeit einer kontroversiellen Auseinandersetzung mit diesem Thema und dessen Relevanz für ein möglichst breites Publikum; deswegen gibt es Themen, die Teil der klassischen Gesellschaftspolitik sind oder gerade eine öffentliche Diskussion bestimmen wie “Mystery Disease of the Persian Gulf War” (Donahue, March 23, 1994) oder etwa ein soziales Thema, das in einen persönlichen Kontext eingebettet ist wie “When Mothers Sell Babies for Drugs” (Geraldo, March 17, 1994) und “Ministers Who Seduce Ladies” (Sally, April 19, 1994). In allen diesen Sendungen, so Shattuc in *Talking Cure*, wird ein Tabuthema (z. B. Untreue, Mord, Verführung) gebrochen. Auch das Publikum in einer *daytime talk show* folgt anderen Regeln und ist weder passiv noch funktioniert es als “laughing track” (wie in *sitcoms* oder teilweise in *late-night shows*) sondern partizipiert (kontrolliert) aktiv. So ist die themenorientierte Talkshow laut Shattuc für eine weibliche Zuseherschaft konstruiert und wird von Produktionsfirmen, die von Netzwerken unabhängig sind, für Netzwerk gebundene Fernsehstationen produziert. Gerade wegen der

<sup>1607</sup> *Newsweek Staff*, 15.

<sup>1608</sup> Shattuc, 2.

<sup>1609</sup> Ebda.

<sup>1610</sup> Ebda., 9 ff.

<sup>1611</sup> Ebda weiter.

<sup>1612</sup> Ebda., 11.

<sup>1613</sup> Ebda., 3.

Netzwerk-Unabhängigkeit kann flexibler und kostengünstiger produziert werden und damit können höhere Profite erreicht werden. Die Qualität des Inhalts würde jedoch darunter leiden, da Inhalte nun niedrigeren Sendestandards ausgesetzt sind. Auf diese Art und Weise wurden politisch und sozial kontroverse Themen leichter durchgebracht als im Netzwerkfernsehen. Grundlage für das Funktionieren einer Talkshow ist jedoch immer die Anwesenheit einer moralischen Autorität, die entweder durch den Gastgeber bzw. die Gastgeberin oder durch eine Fachperson, die zwischen Publikum und Gästen vermittelt, dargestellt wird.<sup>1614</sup> Diese moralische Autorität wird, zeigt Shattuc weiter auf, oftmals noch von einem breiten Team von Expertinnen und Experten unterstützt. Dieses Team kommt zumeist aus dem Bereich der psychischen oder seelischen Gesundheit und Therapie bzw. der Sozialarbeit oder es sind Autorinnen und Autoren von Selbsthilfebüchern. Sie alle würden die Sprache der Psychologie verwenden, sodass die Talkshow schlussendlich zu einer Art therapeutischem Diskurs wird.<sup>1615</sup> Der Talkmaster ist aktiv und trägt damit zur Passivität der ZuseherInnen bei, die das Problem "konsumieren". Durch die Vermittlung der Talkshow-GastgeberInnen wird die persönliche Involvierung minimiert. Hervorzuheben ist hierbei Oprah Winfrey, die mit dem Durchbruch ihrer Talkshow 1986 den Diskurs in Richtung "intime oder bekennde Beichte" verändern sollte, wie Laurie L. Haag in ihrer Auseinandersetzung mit Oprah Winfrey beschreibt:

Winfrey enters our private space via television set placed in our living room, our kitchen, even our bedroom, on a regular basis, but she does not bring us larger than life pictures of public space. Rather she brings us the intimate, the private, making it public but with intimate trappings, sending it back to the private realm of the home, further blurring those already fuzzy distinctions. She is our mammy, our therapist, our cheerleader, our moral conscious, our role model, and our harshest critic when it is appropriate. Winfrey herself has legendary, larger than life proportions, yet she is everywoman. It is through skillful application of the communication patterns we associate with friendship that she manages to overcome the basic conflict between Oprah as rich talk show host and Oprah as friend.<sup>1616</sup>

In *American Psycho* hat Patty Winters die Funktion einer "Freundin" und damit die Gestaltung der Intimsphäre für ihre ZuseherInnen übernommen. Die Talkshow bietet eine Identifikations- bzw. Abgrenzungsmöglichkeit mit den angebotenen Themen und Personen sowie (vermeintliche) Information, wodurch klassische Nachrichtenquellen wie *Time* oder *Newsweek* als traditionelle "News"-Quellen ersetzt wurden. Der Erfolg der Talkshow als Genre gründet darauf, dass in ihr Dinge besprochen und diskutiert werden, die im modernen Alltagsleben keinen Platz (mehr) haben oder zu einer "unangenehmen" zwischenmenschlichen Konfrontation führen könnten; zugleich vermag sie dem Fernsehpublikum das Gefühl von Intimität zu vermitteln.<sup>1617</sup> Auch gerade in einer Zeit zunehmender Anonymität sehen viele Menschen die Talkshow als Forum für eine kurze öffentliche Selbstpräsentation.

Like the term itself, the 'talk show' fuses and seems to reconcile two different, even contradictory, rhetorics. It links conversation, the interpersonal – the premodern oral tradition – with the massmediated spectacle born of modernity. It becomes, among other things, a recuperative practice reconciling technology and commodification with community, mass culture with the individual and the local, production with consumption.<sup>1618</sup>

Das Phänomen, welches sich aus der Überlappung der verschiedenen Momente von Selbstenthüllung, Massenkommunikation, sozialem Aktivismus und soziologischen Theorien ergibt, wird – so Patricia Joyner Priest in *Public Intimacies* – 'television disclosure' genannt: "the revelation of intimate information broadcast in television."<sup>1619</sup> Seit den 1980er-Jahren fand mit dieser Form der Enthüllung intimer Information durch das Fernsehen zwar eine starke Enttabuisierung des amerikanischen Privatlebens statt – das Private wurde öffentlich (konsumiert). Gleich wie nach Batemans Darlegung der *Patty Winters*-Sendungen dient diese Enttabuisierung jedoch ausschließlich der Befriedigung des Voyeurismus seiner ZuschauerInnen und der gleichzeitigen Bestätigung sogenannten *normgerechten* Verhaltens. Diese Form der sozialen Kontrolle würde nach allen wissenschaftlichen Erkenntnissen subtil geschehen – mittels Art der Fragestellung, Kameraeinstellung und durch Unterbrechung von Gesprächen durch Werbeblöcke:<sup>1620</sup>

However, the idea that talk shows are a democratic platform where every opinion is considered valid and every participant is treated equally is not supported by the data which shows that people who voice or support mainstream cultural values are given preference to the extent to which they are allowed to

<sup>1614</sup> Ebda., 112 ff.

<sup>1615</sup> Ebda.

<sup>1616</sup> Laurie L. Haag, "Oprah Winfrey: The Construction of Intimacy in the Talk Show Setting," *Journal of Popular Culture* 26.4 (Spring 1993): 120.

<sup>1617</sup> Shattuc, 25.

<sup>1618</sup> Wayne Munson in Joyner Priest, 13.

<sup>1619</sup> Joyner Priest, 14.

<sup>1620</sup> Tamara Leigh Shaw, "The Television Talk Show as a Speech Event," M.A.-Thesis (Dissertation in progress). San Diego State University (CA, USA 1993) 68,111–13.

participate in the talk show event and in the response they receive from others [...] the interaction which occurs on a talk show polarizes the guests as good or bad, right or wrong, acceptable or unacceptable. With this polarization of guests [...] talk shows actually [...] reinforce mainstream cultural values. Thus even though many people may find talk shows appealing because they appear to challenge more traditional cultural, political, and educational institutions, talk shows actually perpetuate them.<sup>1621</sup>

Mit dem Fernsehformat "Talkshow" ist der Hyperkonsumismus in den privaten Lebensbereich eingedrungen: Das Private wird per Knopfdruck publik gemacht – die persönliche Beichte wird zur öffentlichen Konfession – und damit durch die Medien gesellschaftspolitisch kontrollierbar.

Siehe *SEX and VIOLENCE in den 1980ern; Donner Party* und *SELBSTHILFE-BOOM*

### **Tandoori chicken**

Ein indisches Gericht mit Hühnerfleisch, das in einer Sauce aus Tomaten, Joghurt und verschiedenen typischen Gewürzen mariniert, rotgefärbt in einem Steinofen (Tandoor) bei hoher Hitze gebraten wird.

### **Tapas**

Kleine, sorgfältig zubereitete und sehr schmackhafte Appetithäppchen aus Spanien.

### **Tavern on the Green**

Ein traditionsreiches Restaurant der neuen amerikanischen Küche an der Upper West Side in Manhattan mit einem pompösen Kristallsaal im Inneren und einer Gartenterrasse mit Blick auf die Skyline der Museumszeile der Fifth Avenue.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **TDK**

Ein international agierendes japanisches Elektronikunternehmen seit 1935 und Hersteller von Eisenoxyd für elektronische und magnetische Geräte; in den 1980er-Jahren für seine Kompaktkassetten, VHS-Kassetten und späteren CDs und DVDs bekannt. TDK stellt elektronische Materialien und elektronisches Zubehör her und bietet digitale mediale Lösungen in der Aufnahmetechnik und -speicherung.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS: Versessen nach Hightech in den 1980er-Jahren**

Patrick Batemans Umwelt in *American Psycho*, im Speziellen seine Wohnung und sein Büro, bietet als typische Yuppie-Umgebung Einblick in den Stand der Technologie und in die Kommunikationsbranche der 1980er-Jahre. Weiters belegt Batemans Umfeld die stattfindenden Veränderungen in Richtung digitales Zeitalter und zeigt die Vormachtstellung japanischer Marken: Gerade die vielen technischen und oftmals mit Zahlen gekoppelten Buchstaben-Abkürzungen machen es Fachfremden schwer, die tatsächliche Relevanz und Notwendigkeit in der Funktionstüchtigkeit der Geräte herauszufinden, weswegen zusätzliche Produktinformationen oder Fachpersonal gefragt sind.<sup>1622</sup> Der Begriff "Hightech" für englisch "High Technology", auf Deutsch "Hochtechnologie", stammt aus der Computerbranche Anfang der 1980er-Jahre und beschreibt den Einsatz der digitalen Datenübertragung und -vernetzung nicht nur am Computer, sondern in einer zunehmend elektronisch gestalteten Umwelt. Als Markenprodukte weisen diese ein gewisses Design auf, das zu Batemans "fortschrittlichem" Image beiträgt und gleich wie Modemarken das eigene Up to date-Sein belegen; wobei auch hier immer das neueste Modell gefragt ist. In den 1990er-Jahren wurde der Begriff "Hightech" mehr oder weniger vom Begriff "IT" (Information Technology oder Informationstechnologie) ersetzt, da das Haupteinsatzgebiet der digitalen Datenverarbeitung die Kommunikationsbranche, Grundlage für die Weitergabe von Informationen in der heutigen Wissensgesellschaft, ist. Die im Text erwähnten Hightechprodukte mit den erwähnten Zusatzfunktionen wie "portable – remote control – cordless – cellular" zeigen die Entwicklung der Kommunikationsbranche in Richtung mehr Mobilität, veränderbare Realitätswahrnehmung (change of perception/memory-VCR), integrierte Multifunktionalität und mit der Entwicklung der Compact Disc (CD) den Übergang von einer analogen zu einer digitalen Technik:

Blaupunkt ODM [optical disc memory] III or ORC [optical recording corporation] II car radio.

Panasonic portable EASA-phone [Electrical Apparatus Service Association], a widescreen Panasonic remote-control television set, a Panasonic thirty-one-inch set TV, a Panasonic pocket watch with a three-inch diagonal color TV, a Panasonic bread baker [= 'bread maker'], a Panasonic portable hair dryer, and an AM/FM [Amplitude Modulation/Frequency Meter-Modulation] radio. NEC 9000 Porta portable, NEC-video stand, DX-5000 high-performance cassette deck from NEC -> [Distance/Data

<sup>1621</sup> Ebda., 129, 119 f.

<sup>1622</sup> Vgl. Mary Rose Bonk, Regie A. Carlton, eds. (*Acronyms, Initialisms & Abbreviations Dictionary* 23ed., 3 vol. Detroit: Gale, 1997)

Transfer]. Toshiba VCR, a thirty-inch digital TV set from Toshiba [= 'The TV of the ear', Toshiba-advertisement: 1988], Toshiba portable compact disc player, CX-2788 TV monitor from Toshiba [*Carrier/Color Exterior Film*]. Duntech Sovereign 2001 speakers. Sony digital alarm clock, Sony Walkman, a Sony Watchman pocket TV [the FD = Frequency Distance/Divider-270], Sony palm-sized Handycam, Sony CCD [*Computer Controlled Display*]-V200 8mm camcorder, Sony MDP [*Maintainence Diagnostic/Data Program*]-700 multidisc CD player (2 pieces), Sharp Model r-1810A Carousel II microwave oven, Sharp Handy-Copier, Sharp Dialmaster. Aiwa AM/FM stereo receiver. Accophase [= Accuphase] T-106 tuner. Infinity IRS V. Casio QD-150 Quick Dialer combination wristwatch, calculator and databank. Lotus Quotrek. Miox LX [lux = Licht] ultra-miniature camera that takes a 9.5 mm Film, 15mm f, 3.5 lens. Pioneer VSX-9300S audio receiver, which features an integrated Dolby Prologic Surround Sound, Pioneer LD-ST disc player [Long Display], LD-W1 multidisc player from Pioneer. GX-950B Akai analog cassette deck. Yamaha CDV (*Compact Disc Video*) -1600 multidisc player.<sup>1623</sup>

Die aufgezählten Geräte stammen zumeist aus Japan oder Deutschland und belegen die Vormachtstellung dieser Länder in der Hochtechnologiebranche der 1980er-Jahre. Diese Entwicklung war das Ergebnis der Umpolung von US-Ausgaben für Forschung und Entwicklung im Elektronikbereich zugunsten einer Forschung und Entwicklung im Militärbereich seit dem Vietnamkrieg; und zwar zu einer Zeit, als konkurrierende Staaten – wie Deutschland und Japan – vermehrt in die Hochtechnologie investierten.<sup>1624</sup> Die Entwicklung in Richtung mehr Mobilität und Multifunktionalität lässt sich nicht notwendigerweise mit mehr (persönlicher) Freiheit gleichsetzen: Parallel zur Mobilität wurden auch ausgereifere Überwachungssysteme entwickelt, was in den 1990ern zur Etablierung des Rechts auf den Schutz der privaten Daten (Privacy-Gesetz) führen würde: Ein Anruf per Mobilfunkgerät kann heute standortmäßig sofort festgemacht bzw. (vermeintlich anonymes) Internetsurfing zurückverfolgt werden. Mittels elektronisch-digitaler Technik können und werden heute BürgerInnen als Konsumentinnen und Konsumenten subtil kontrolliert und durchaus auch manipuliert: So wird das Kaufverhalten von Menschen mit der Benutzung eines eigenen Einkaufsausweises durch Codes an der Supermarktkasse kontrolliert und das Produktangebot dadurch mitgesteuert. In einem *Spiegel-Special* beschreibt der Journalist Gundolf S. Freyermuth<sup>1625</sup> das düstere Zukunftsszenario einer Stadt, in der die BürgerInnen kontinuierlich geortet, beobachtet und damit kontrolliert werden. Verschiedene Techniken (zum Beispiel der Computer- oder DNA-Fingerabdruck) sind durchaus bekannt, gewinnen aber im Lichte von Orwells dystopischer Vision Brisanz:

In der totalen Hochsicherheitsstadt der Zukunft gibt es für den Bürger kein Entkommen mehr. [...] Wer meint, solche Hochsicherheitsstädte seien eine schwarze Utopie frei nach George Orwell, täuscht sich. Die Beschreibung mischt nicht 1984 und 2084, sie summiert unsere Gegenwart. Denn jede der beschriebenen High-Tech-Methoden zur Verbrensbekämpfung und -verhütung, von der Kinderschwester-Überwachung via Teddy-Kamera und Internet bis zum Erektionsalarm per Plethysmographen, wird irgendwo auf der Welt bereits praktiziert.<sup>1626</sup>

Mit den neuen Möglichkeiten der elektronischen Technik haben sich insbesondere in den konsumkapitalistischen Ländern neue Formen der Kontrolle entwickelt. Die Angst vor einer totalen Überwachung des Einzelnen artikuliert als erster – wie bereits erwähnt – George Orwell in seinem Roman 1984<sup>1627</sup>. Orwell schrieb den Verlust der Freiheit des einzelnen Menschen einem politisch-ideologischen Druck zu, wobei seine Vision von einer totalitären und zentral gesteuerten Kontrolle durchaus mit gegenwärtigen Diktaturen vergleichbar ist. Damit hat George Orwell bereits die Schattenseite des Konsumkapitalismus herausgestellt und die moderne Form der Kontrolle im Zeitalter des Hyperkonsumismus festgehalten. Heute ist in den konsumkapitalistischen Demokratien die "Freiheit des Einzelnen bzw. der Einzelnen als BürgerIn" durch die ideologische Verflechtung von Politik und Wirtschaft zur "Wahlfreiheit eines Konsumenten bzw. einer Konsumentin" umfunktioniert worden. Siehe hierzu auch Watkins' Diskurs der "Technoideologischen Chiffrierung" im *Reaganism*, wo das Recht des Einzelnen bzw. der Einzelnen als AmerikanerIn auf ein gutes Leben mit dem Recht auf eine freie Wahl (als KonsumentIn) gleichgesetzt und mit der gleichzeitigen Schaffung von neuen Produkten und damit von neuen Wahlmöglichkeiten kontinuierlich und implizit gerechtfertigt wurde. Diese ideologisch fundierte Neuinterpretation des "Freiheitsbegriffes" und der Gleichsetzung wie Ansprache der amerikanischen BürgerInnen als Konsumentinnen und Konsumenten zur Rechtfertigung eines spätkapitalistischen Wirtschaftssystems hat seit den 1980er-Jahren ausgehend von den USA über ein neoliberales Denken weltweit Verbreitung gefunden.

<sup>1623</sup> Es handelt sich hierbei um eine beispielhafte Aufzählung aller in *American Psycho* erwähnten technologischen (Hightech-)Geräte mit Erklärung der Akronyme vonseiten der Autorin dieser Arbeit.

<sup>1624</sup> Vgl. Wersich, 342 f.

<sup>1625</sup> Gundolf S. Freyermuth, "Todsicherer Alltag," *Spiegel Special* 12/1998: 132–34.

<sup>1626</sup> Ebd., 133.

<sup>1627</sup> George Orwell, 1984 (New York: Dutton/Plume, 1983)

Siehe *JAPAN*

### **Tempura**

Eine japanische Form der Zubereitung von Speisen, bei der verschiedene Sorten an Fleisch, Fisch, Meeresfrüchten oder Gemüse in einem eigens zubereiteten Teigmantel in heißem Öl ausgebacken und damit besonders knusprig werden und aromatisch schmecken.

### **Ten-X**

Eine US-Marke für Munition für den Cowboy Revolver der gleichnamigen Firma.  
Siehe *WAFFEN in den 1980ern*

### **Tensor**

Eine US-Marke für hochwertige funktionale Büro- und Flurleuchten des gleichnamigen Unternehmens seit 1957. 1973 wurde dem Unternehmen, das zu jener Zeit 165 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 80 Nationen zählte, vom Staat New York die prestigeträchtige Auszeichnung Seal of Employment Commendation verliehen.

### **Texarkana**

Ein 1982 eröffnetes New Yorker Restaurant mit Küche im Cajun-Louisiana-Stil und Südstaatenflair an der 64 West 10<sup>th</sup> Street in Greenwich Village/Manhattan.  
Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Texas**

Seit 1945 ein US-Bundesstaat, der 28., mit der Hauptstadt Austin.

### **Texas Chain Saw Massacre, The**

Ein US-amerikanischer B-Horrorfilmklassiker (1974) von Tobe Hoopers auf der Grundlage der realen Geschichte des Serienmörders Ed Gein, der im Film als Schlächter und Kannibale "Leatherface" auftritt. Der Film wurde mehrmals neu verfilmt. Fünf junge Leute sind auf der Suche nach dem Haus der Großeltern von Sally und ihrem im Rollstuhl sitzenden, gelähmten Bruder Franklin und nehmen auf der Fahrt durch das ländliche Texas einen irren, gewalttätigen Autostopper mit. An einer Tankstelle, sie haben kaum Benzin mehr, "warten" merkwürdige Menschen auf die Jugendlichen. Auf dem Weg zu ihrer Familienfarm, gerät einer nach dem anderen in die Fänge des Kettensägen-Monsters "Leatherface" bis auf Sally, die verletzt entkommt.

Siehe *SERIENMORD in den 1980ern* und *SEX and VIOLENCE in den 1980ern*

### **The Limited**

Ein US-amerikanisches Modeunternehmen, das unter seinem Dach Modemarken wie Express, Lane Bryant, Lerner New York, Henri Bendel und weitere führt.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **"The Lion Sleeps Tonight"**

Ein Song (1962) der US-amerikanischen Gruppe The Tokens, die mit Hank Medress, den Brüdern Phil und Mitch Margo und Jay Siegel 1960 aus der *Vocal Harmony*-Gruppe Linc-Tones aus Brooklyn, New York City, einer ehemaligen Highschool-Band hervorging. 1962 hatte die Gruppe mit dem Song "The Lion Sleeps Tonight", der auf das südafrikanische Zulu-Lied "Wimoweh" zurückging und auf den R&B-Charts auf Platz 7 landete, einen großen Hit. Die Bandmitglieder von The Tokens gründeten 1964 ihr eigenes Label B. T. Puppy, konnten jedoch nicht mehr an den Erfolg von "The Lion Sleeps Tonight" anschließen, welcher aber bereits zum Klassiker avanciert war.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **"Then He Kissed Me"**

Ein Song (1963) der US-amerikanischen R&B-Gruppe The Crystals aus New York City und zugleich ihr letzter und einer der besten in ihrer Erfolgsserie von Top Ten-Songs Anfang der 1960er-Jahre.

Siehe *Crystals, The* und *MUSIK in den 1980ern*

### **"There's a place for us, Somewhere a place for us"**

Eine Songzeile aus dem US-amerikanischen Musical *West Side Story* mit Musik von Leonard Bernstein, die vom Autor Bret Easton Ellis in *American Psycho* zur Darstellung von Homosexuellen in ihrer Rolle als Außenseiter der Gesellschaft bei der traditionellen Gay & Lesbian Parade umfunktioniert wurde. Die

klassische Liebesgeschichte zwischen Tony und Maria (Romeo und Julia) findet im New York der 1950er-Jahre inmitten der Kämpfe zweier rivalisierender Banden, den Jets (Tony ist ihr Anführer) und den Sharks (Maria ist die Schwester des Anführers Bernardo) statt. Tony singt im Duett mit Maria die in *American Psycho* zitierten Liedzeilen “There’s a place for us | Somewhere a place for us” und später “Somewhere – We’ll find a new way of living” aus dem Song “Somewhere” (Original am Broadway, 1957). 1985 dirigierte Leonard Bernstein erstmals persönlich eine Studioaufnahme seines Musicals, was im BBC-Film *The Making of West Side Story* dokumentiert ist.  
Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Thierry Mugler**

Ein französischer Modedesigner Manfred Thierry Mugler (\* 1948, † 2022) und Tänzer aus Strasbourg, dessen theatralische Vergangenheit sowohl im Design als auch in den inszenierten Modeschauen und Kurzfilmen in den 1980er-Jahren ersichtlich war und dessen Mode seit 1974 zwischen sexy und ultrafemininem Minimalismus und Schmuck stand. 1997 wurden das Mode- und das Kosmetiklabel von Thierry Mugler mit Sitz in Paris vom Kosmetikunternehmen Clarins übernommen.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **.38 Magnum**

Ein Revolvertyp einer Pistole mit drehbarem Magazin, bei der das hinter dem Lauf angebrachte Trommelmagazin meist sechs Patronen geladen hat und wo sich durch Betätigung des Abzugs beim Schuss das Schloss von Neuem spannt. Zugleich dreht sich die Trommel selbsttätig und bringt eine neue Patrone vor den Lauf.  
Siehe *WAFFEN in den 1980ern*

### **Thirtysomething**

Eine US-amerikanische Fernsehserie über und für BabyboomerInnen auf ABC von 1987–91. Kreiert von zwei Babyboomern, Ed Zwick und Marshall Herskovitz, fing diese Serie den Alltag von sieben langjährig befreundeten Erwachsenen in ihren Dreißigern in der Stadt Philadelphia ein. Die Serie war sehr erfolgreich und gewann 1988 den Peabody Award.

### **3-D**

Eine Abkürzung für englisch “three-dimensional”, dreidimensional, welche das Hinzufügen einer dritten Dimension, der “Tiefe”, bei der Wahrnehmung von Wirklichkeit bei vor allem Kinofilmen kennzeichnet.

### **.357 Magnum**

Eine Revolvermunition des US-amerikanischen Produktionsunternehmens Smith & Wesson seit seiner Einführung im Jahr 1935.  
Siehe *WAFFEN in den 1980ern*

### **Threepenny Opera**

Eine Off-Broadway-Produktion namens “3 Penny Opera” (im Original “*Die Dreigroschenoper*” 1928 des deutschen Dramatikers Bertolt Brecht mit Musik von Kurt Weill) im Lunt-Fontanne Theatre (von 5.11.1989 bis 31.12.1989), in der der Popstar Sting die Hauptrolle des “Macheath”, alias Mackie Messer, spielte. In diesem größten Theatererfolg der 1920er-Jahre treten bettelnde Menschen, Prostituierte und Gangster auf, welche die dunkle (kriminelle) Seite einer Großstadt darstellen. Obwohl der Schauplatz im viktorianischen England Ende des 19. Jahrhunderts angesiedelt ist, verspottete Brecht in dem Stück die bürgerlich-kapitalistische Welt der Weimarer Republik und regte mit seiner Art der “epischen” Darstellung erstmals zu einer kritischen Haltung im Umgang mit dem Dargestellten an.  
Siehe *Misérables, Les*

### **Threshold**

Ein US-amerikanisches Produktionsunternehmen von hochwertigen Stereo-Verstärkern.  
Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Thunderbird**

Eine US-Marke für billigen Rot- und Weißwein mit Schraubverschluss des weltweit größten Weinunternehmens der Brüder Ernest und Julio Gallo aus Kalifornien.

**Tiger Warsaw**

Ein US-Kinospielfilmdrama (1988, Regie: Amin Q. Chaudhri) mit Patrick Swayze in der Hauptrolle, das zum Flop wurde.

Siehe *Swayze, Patrick*

**TIME magazine**

Ein 1923 gegründetes qualitativ hochwertiges US-amerikanisches Nachrichtenmagazin mit mehreren internationalen Ausgaben.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

**Times, The**

Eine 1785 gegründete, unabhängige englische Tageszeitung in London von internationalem Ansehen.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

**Tisch, Lawrence A.**

Ein US-amerikanischer Geschäftsmann (\* 1923, † 2003), Milliardär und Wall Street-Investor, der 1986 große Anteile an der Fernsehstation CBS gekauft hatte, um eine feindliche Übernahme (unter anderem durch Ivan Boesky) zu verhindern und bis 1995 auch dessen Vorstandspräsident war. Zusammen mit seinem Bruder war er auch Mitbegründer und -besitzer der Loews-Corporation, die als eines der am breitesten diversifizierten Finanzdachunternehmen der USA gilt.

**Tofu**

Ein weiches, weißes Sojabohnenprodukt mit mildem Geschmack aus Ostasien.

**Tofutti**

Eine US-amerikanische Unternehmensmarke für milch-, laktose- und cholesterinfreie Lebensmittel auf Sojabasis, die seit den 1980er-Jahren den Gesundheitstrend der Yuppies begleitet.

**Toolbox Murders, The**

Ein Slasher-(Horror)Film von Dennis Donnelly und als solcher ein gutes Beispiel dafür, wie über das Recycling eines Horrorfilms als Populärkulturtext mittels verschiedener Produktionsformate Gewalt perpetuiert und tradiert wird. Bateman sieht sich *The Toolbox Murders* auf dem Fernsehfilmkanal HBO an (AP 278). Der Film selbst wurde erstmals 1978 als Kinoversion präsentiert, daraufhin auf Video produziert und 1988 auf dem Fernsehfilmkanal HBO gezeigt. Der Inhalt selbst spricht für sich selbst: Eine nackte Frau wird im Film attackiert und dann gejagt und mit einem Schuss aus einem Bolzenschussgerät in den Bauch und in den Kopf getötet. Vergleiche auch die Anspielungen des Erzählerprotagonisten Bateman auf Werkzeuge in *American Psycho* und auf Szenen, in denen Bateman seine Ex-Freundin Bethany, Frauen für einen One-Night-Stand oder Prostituierte mit einem Bolzenschussgerät malträtiert, tötet und dabei Snuff-Filme produziert (AP 245–47, 289–91, 303–6).

Siehe *SEX and VIOLENCE in den 1980ern*

**Top Gun**

Ein US-amerikanischer Action-Kinospielfilm (1986, Regie: Tony Scott) mit Tom Cruise als Lt. Pete "Maverick" Mitchell, einem jungen US-Marine F-14 Tomcat-Piloten, in der Hauptrolle. Der Film inspiriert sich am Leben der Kampfflugzeugpiloten der Marine-Eliteausbildungsstelle Naval Air Station Miramar ("Fightertown USA") in San Diego, Kalifornien. Die Filmhandlung selbst lässt Ähnlichkeit mit zwei "Zwischenfällen" in den 1980er-Jahren erkennen: 1981 und 1989 schossen F-14 Kampfflugzeuge der im Mittelmeer stationierten 6. US-Flotte libyische Jets in dem als international angesehenen Gewässer des Golfs von Sidra ab.

Siehe *Cruise, Tom* und *YUPPIE*

**Top-Siders**

Ein Begriff für strapazierfähige und salzwasserfeste Freizeitschuhe im Preppy-Stil, die von der amerikanischen Firma Sperry 1935 erfunden wurden und heute als Sperry Top-Siders Synonym für den "Bootsschuh" sind.

Siehe *MODE in den 1980ern*

**Tortilla**

Ein mexikanisches Fladenbrot aus Weizen- oder Maismehl.

### **Toshiba**

Ein japanisches Elektronikunternehmen.  
Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Tower Records**

Eine US-amerikanische Musikgeschäftskette aus Sacramento, Kalifornien; gegründet 1960.

### **Towers, Edward**

a) Ein britischer Entertainer, der bis Ende der 1980er-Jahre als Frau verkleidet in der Rolle der "Edwina Towers" auftrat.

b) Ein US-amerikanischer Ökonom und Harvard-Absolvent namens Edward Tower (\* 1943) mit den Forschungsschwerpunkten US-Handelspolitik und US-Aktienmarkt in den 1980er-Jahren; seit 1984 auch Berater der US-Behörde für Internationale Entwicklung in Washington.

### **Traveling Wilburys**

Ein gemeinsames britisch-amerikanisches Musikprojekt von Super-Solokünstlern wie dem Ex-Beatle George Harrison, dem Leiter des früheren Electric Light Orchestra Jeff Lynne, Bob Dylan, Tom Petty und Roy Orbison und deren 1988 gemeinsam verfasstem und aufgenommenem Album. Das Album war derart erfolgreich, dass 1989 ein weiteres Album *Vol. 3* (ohne den bereits verstorbenen Roy Orbison) folgte und zum Bestseller wurde.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Tretorn**

Eine schwedische Marke für Tennisbälle, gummibesohlte Sportschuhe, dabei insbesondere für exklusive Tennisschuhe und bequeme Halbschuhe. So wurde der *Nylite canvas*-Schuh 1986 im *Official Preppy Handbook*<sup>1628</sup> – ob seines klassischen Stils und bequemen Tragekomforts – zum Muss für einen Yuppie deklariert.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Trianon**

Ein Schmuckgeschäft an der 16 West 46<sup>th</sup> Street in New York City seit den 1980er-Jahren, das mit seinen ausgefallenen Schmuckkreationen durch ungewöhnliche Kombinationen von edlen und exotischen Materialien, unter anderem bei Manschettenknöpfen, bekannt wurde.

### **TriBeCa**

Eine Abkürzung für "Triangle Below Canal Street", also das Dreieck unterhalb der Canal Street in Manhattan, NYC, das den Namen in den 1970er-Jahren von einem Immobilienmakler erbt. Dieser ehemalige mit leeren Markt-, Fabrik- und Lagerhallen ausgestattete Industriebezirk ist durch seine Gentrifizierung in den 1980er-Jahren und den starken Zuzug von Kunstschaffenden aus SoHo zum Künstlerviertel von New York mit vielen Gourmetrestaurants geworden.

Siehe *GENTRIFICATION* und *KUNST in den 1980ern*

### **Trivial Pursuit**

Ein Gesellschaftsspiel aus Kanada, das 1979 von einem Sportreporter der *Canadian Press* namens Scott Abbott und seinem Freund, einem Fotoredakteur der *Montreal Gazette*, Chris Haney, für bis zu sechs Spielende in Zweierteams entwickelt und 1982 auf der amerikanischen Spiele-Messe in New York offiziell eingeführt wurde. *Trivial Pursuit* entwickelte sich zum beliebten Partyspiel unter Yuppie-Paaren. Ziel und Inhalt des Spiels war es, "triviale" Fragen aus den sechs Kategorien "Personalities", "Entertainment", "In the News", "That's Life", "Sports & Leisure" und "Wild Card" zu beantworten. 1984 wurden weltweit über 20 Mio. Spiele verkauft. 1988 kauften die Parker Brothers, ein Bereich der Tonka-Gruppe, die Rechte für den kanadischen und US-amerikanischen Markt.<sup>1629</sup> Das Besondere an dieser Entwicklung auf dem Spielsektor für die *teen to adult*-Altersgruppe war das oberflächliche Abfragen von trivialer und konsumentenfreundlich aufbereiteter Information, wodurch im Gesellschaftskreis leicht "gepunktet" werden konnte.

<sup>1628</sup> Lisa Birnbach, *The Official Preppy Handbook* (New York: Workman Publishing Company, 1980)

<sup>1629</sup> Vgl. Inc. Staff, "The Gang That Got Away," 25 April 2002, *Inc.com*, <https://www.inc.com/magazine/19880901/5938.html>.



## Trump, Donald

Ein New Yorker Immobilienmogul und Baulöwe (\* 1946).<sup>1630</sup> Das Vorzeigekind für die 'greed is good'-Dekade der 1980er durchzieht als Leitmotiv *American Psycho* und scheint damit Ellis' Textvorlage für das Porträt Patrick Batemans als Yuppie gewesen zu sein. Mit seinem Werdegang und Credo verkörpert der Babyboomer Trump die Erfüllung des amerikanischen Traums in den 1980er-Jahren.<sup>1631</sup> Donald John Trump, das vierte von fünf Kindern, wuchs in den Queens in New York City auf und studierte nach einem Highschool-Abschluss an der New York Military Academy in Cornwall (NY) Wirtschaftswissenschaften, zunächst an der Fordham University und später an der renommierten Wharton School of Finance an der University of Pennsylvania. Nebenbei arbeitete er im 1923 gegründeten Familienunternehmen E. Trump & Son. und lernte von seinem Vater Fred C. Trump, einem New Yorker Immobilienunternehmer, den Wohnungsbau von der Pike auf, gleich wie das Know-how, "deals" im Wohnbau zu machen. Die spätere "Kunst des Erfolges" (so der Buchtitel der deutschen Übersetzung von Trumps Bestseller *The Art of the Deal*) lag für Donald Trump darin, über Bankkredite (günstige) Immobilien in zumeist vernachlässigten Vierteln zu kaufen, diese zu renovieren und für teures Geld zu verkaufen bzw. zu vermieten. Donald J. Trumps Konzept der Gentrifizierung war neu und hatte Erfolg. Mit dem Einstieg in das Immobilienunternehmen 1971 und der Umbenennung in "The Trump Organisation" sollte er als Vorstandsvorsitzender und Medienliebling mit dem Namen "The Donald" und High Society-Star New York im Laufe der Jahre erkennbar verändern. Die Trump Organisation besitzt um die Jahrtausendwende folgende Gebäude, Plätze und Unternehmen sowie hat Verträge mit:

Trump World Tower, Trump Building at 40 Wall Street, Trump Tower, Trump Palace, Trump Parc, Trump Plaza, General Motors Building, Empire State Building, and T Management, an international talent and modeling agency. The Trump Organization has a partnership with CBS for ownership and broadcast rights for the Miss Universe, Miss USA and Miss Teen USA Pageants – also has a partnership with NASCAR to build the Trump Super Speedway; Chairman, Donald J. Trump Foundation.<sup>1632</sup>

Donald Trump ist Patrick Batemans großes Vorbild und wird in *American Psycho* viele Male über Besitztümer und Neigungen zitiert; Trumps Vorlieben sind auch Batemans Vorlieben und Wunschprojektionen und werden von Batemans sozio-kulturellem Umfeld als Obsession des Protagonisten mit dem Immobilienmogul empfunden: Bateman glaubt, eine Limousine als Donald Trumps "car" (AP 93) erkannt zu haben und bringt damit seine Geliebte Courtney in Rage. Als Bateman sich über die Pizza im Restaurant Pastels beklagt, erhält er von seinem Kollegen McDermott die Retourkutsche, indem dieser ihm einen fotokopierten Artikel über Trump zeigt, der die Pizza im "Pastels" als beste Pizza von ganz Manhattan lobt:

"It's an article on your hero, Donald Trump."

"Where does Donald Trump think the best Pizza in Manhattan is served?"

"What are *you*, McDermott, trying to tell *me*?"

"Listen, if the pizza at Pastels is okay with Donny," I start hating to admit this to McDermott, then sighing, almost unintelligibly, "it's okay with me." (AP 109)

Luis Carruthers wiederum bezeichnet Donald Trump als großen "U2 fan" (AP 142), um Bateman auf das U2-Konzert in New Jersey einzustimmen. Timothy Price weiß beispielsweise, dass es ihm über eine enge persönliche Bekanntschaft mit Donald Trump, "a close personal acquaintance of Donald Trump" (AP 54), ein Leichtes wäre, eine Frau "aufzureißen"; er kennt den Gesellschaftsstatus und -wert von Trump. Auf der Suche nach einem Mordopfer trifft Bateman auf "faded posters of Donald Trump on the cover of *Time* magazine [...] and this fills me with a newfound confidence" (AP 163). Eine der Prioritäten auf Batemans Weihnachtswunschliste ist eine Einladung zu Trumps Weihnachtsfeier auf dessen Jacht "[...] (2) to get myself invited to the Trump Christmas Party aboard their yacht" (AP 177). Als er Evelyn von ihrer eigenen *Christmas Party* weglockt, versucht er sich – unter dem Namen, mit dem er immer verwechselt wird (Marcus Halberstam) – die Limousine von Paul Owen "auszuleihen". In dem Chaos stellt er sich schließlich ordnungsgemäß als "Hi. Pat Bateman" dem Chauffeur der Limousine vor, worauf dieser meint: "Yeah? Hi. Donald Trump. My wife Ivana's in the back," he says sarcastically, taking it." (AP 187–88) Als Bateman Evelyn den Abend endgültig verdorben hat, will er von ihr Folgendes wissen: "Why wasn't Donald Trump invited to your party?" "Not Donald Trump *again*," Evelyn moans "Oh god. Is that why you were acting like such a buffoon? This obsession has *got* to end!" She practically shouts. "That's why you were acting like such an ass!" (AP 194) An anderer Stelle versucht Bateman seinen

<sup>1630</sup> Vgl. Brucoli and Layman, *AD 80s*, 165 f. und die Autobiografie Donald Trump with Tony Schwartz, *Trump: The Art of the Deal* (New York: Warner Books, 1987)

<sup>1631</sup> Kevin Anderson, "World: Americas 'The Donald' through deals and divorces," *BBC online network*, 8 October 1999, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/468462.stm>.

<sup>1632</sup> *Christ-Centered Mall*, [www.christcenteredmall.com/news/politics/republican-race/trump-profile.htm](http://www.christcenteredmall.com/news/politics/republican-race/trump-profile.htm) (Page Not Available - Missing Link). Vgl. "Potential candidate Trump speaks his mind in Twin Cities," *Star Tribune* 8 January 2000.

Bruder Sean mit einer fiktiven Trump-Party “a party Donald Trump’s having” (AP 229) zu beeindrucken und bezeichnet Trump mit den Worten “Donald’s a nice guy” (AP 229) als netten Menschen, den er ihm auch vorstellen würde. Er verwendet das “Trump shuttle” (AP 232) für eine weitere Lüge, um seine eigene soziale Position aufzuwerten. Die Zeitungen der 1980er-Jahre hupen Trump mit Schlagzeilen wie “Donald Trump purchases a 282-foot yacht with solid-gold sinks and a bullet-proof sauna, as well as the Eastern Shuttle (\$ 365 million) and New York’s Plaza Hotel. *Trump Corporation*”.<sup>1633</sup> Bateman schaut eine *Patty Winters Show* mit einem Exklusivinterview mit Donald Trump – “an exclusive interview with Donald Trump” (AP 256) – an. Bateman bezeichnet Trumps nationalen Bestseller *The Art of the Deal* als “very good” (AP 276). Er erwähnt die “Trump Plaza”, auf der es eine Wohltätigkeitsveranstaltung gibt (AP 312) und Evelyn will von Bateman wissen, ob sie zur “Young Republican bash at the Trump Plaza” (AP 336), zur Feier der Jungen Republikaner auf der Trump Plaza, gehen werden. Bateman versucht einen Artikel über Donald Trump “in a new issue of *Fame* magazine” (AP 380) zu lesen, während er seine Bekanntschaft Jeanette vor einer Abtreibungsklinik unfreiwillig absetzen lässt. Schlussendlich bringt Ellis den Immobilienmakler Trump ganz konkret mit der Zunahme der Armut auf den Straßen New Yorks infolge seiner Gentrifizierungsinitiativen in Zusammenhang: Im Kapitel “Bum on Fifth” (AP 385) – Batemans Wahnsinn und seine Gräueltaten haben schon lange ihren Höhepunkt an Unmenschlichkeit erreicht – beschreibt Bateman die herabgekommene Gegend und Atmosphäre um den *Trump Tower* als von Obdachlosen und “kriminellen” Schwarzen bevölkert, wobei Batemans Interesse einzig dem *Trump Tower* und dessen Verkörperung von Geldmacht gilt:

I’m coming back from Central Park where, [...] I fed portions of Ursula’s brain to passing dogs. Walking down Fifth Avenue around four o’clock in the afternoon, everyone on the street looks sad, the air is full of decay, bodies lie on the cold pavement, miles of it, some are moving, most are not. History is sinking and only a very few seem dimly aware that things are getting bad. Airplanes fly low across the city, crossing in front of the sun. Winds shoot up Fifth, then funnel down Fifty-seventh Street. Flocks of pigeons rise in slow motion and burst up against the sky. The smell of burning chestnuts mixes with carbon monoxide fumes. I notice the skyline has changed only recently. I look up, admiringly, at Trump Tower, tall, proudly gleaming in the late afternoon sunlight. In front of it two smartass nigger teenagers are ripping off tourists [...] I move away from the bum, noticing, instead, a little girl smoking a cigarette, begging for change outside Trump Tower. (AP 385–86)

Donald J. Trumps (erster) Bestseller *Trump: The Art of the Deal* (1987) war für mich grundlegend, um die skrupellose ‘I do’-Gesinnung zu verstehen, die gerade in den Dialogen von *American Psycho* so deutlich vermittelt wird. Der Bestseller besticht durch seine einfache Sprache und Selbstverständlichkeit, mit der die unmenschlichsten Deals – ganz gemäß der Reaganschen Ideologie und rhetorischen Präsentation – dargestellt und vertreten werden. Donald Trumps Erfolg beruht auf dem Leitsatz ‘money rules the world’. Der *Philadelphia Inquirer* fasste die Erfolgsanleitung folgendermaßen zusammen: “Unrestrained Trump . . . his blueprint for rising to the top.”<sup>1634</sup> Das *New York*-Magazin bezeichnete Trump als “the personification of hustle”<sup>1635</sup>. Abgesehen davon bietet das Buch, halb Autobiografie halb Business-Ratgeber, interessante Details zur High Society der 1980er und bestätigt *American Psycho* als Populärkulturtext und wertvolles Zeitdokument. Trumps Scheidung vom ehemaligen Supermodel Ivana, seine zu hoch angesetzten fremdfinanzierten Immobilienübernahmen, seine Spielcasinos und ein Nachgeben des Immobilienmarktes allgemein sollten Trump Ende der 1980er-Jahre/1990 fast in den Konkurs treiben. Doch ein unbeirrter weiterer Ausbau seines Finanzimperiums, gestützt von seinen Gläubigern, die aus Eigeninteresse und mit Auflagen Trumps “Kredite” aufrechterhielten und darauf hofften, die eigenen drohenden Verluste abwenden zu können, und die Einstellung und das Auftreten eines Siegers, die unermüdliche Selbstinzenierung eines erfolgreichen Unternehmers – sein Name wurde zur “Marke” –, erlaubten Trump ein Comeback als weiterhin einer der reichsten Menschen der Welt. Im Jahr 2000 wollte der zweifach geschiedene Vater von vier Kindern für Ross Perots Reform Party USA als Präsidentschaftskandidat antreten; als Trump zu seiner Regierungsbefähigung als politischer Neuling befragt wurde, meinte er als Rechtfertigung für sein Bestreben, in das “Höchste Amt” gewählt zu werden: “I’m the biggest real-estate developer in the hottest city in the world”.<sup>1636</sup> Seine Regierungsziele lagen in einer Besteuerung der Reichen, um den nationalen Schuldenberg abzubauen, einer allgemeinen Gesundheitsversorgung, im Bau von Nuklearschildern zum Schutz der USA und darin, in die US-Auslandsbeziehungen ein wenig mehr New Yorker *street-sense* und etwas weniger Takt und Diplomatie einzubringen.<sup>1637</sup> Nachdem im Januar 2000 Trumps neues Buch *The America We Deserve* mit seinen Vorstellungen als höchster Regierungsvertreter

<sup>1633</sup> Gordon and Gordon, 648.

<sup>1634</sup> Rezension auf der Rückseite des Buches *The Art of the Deal* (1987).

<sup>1635</sup> Ebda.

<sup>1636</sup> *Human Rights First -The New Name of the Lawyers Committee for Human Rights*, [www.lchr.org/a/34/19/trump.html](http://www.lchr.org/a/34/19/trump.html).

<sup>1637</sup> Ebda.

erschienen war und es sich abzeichnen sollte, dass Donald J. Trump das Rennen als Präsidentschaftskandidat für die Reform Party nicht gewinnen würde, zog sich dieser im Februar aus der Politik zurück.

Siehe *GENTRIFICATION*; *TALKSHOW in den 1980ern* und *YUPPIE*

### **Trump, Ivana**

Ein ehemaliges tschechisches Model und eine erfolgreiche Geschäftsfrau (\* 1949), welche durch die Traumheirat mit dem US-Magnaten Donald Trump 1977 in den 1980er-Jahren zum gesellschaftlichen Inbegriff einer sowohl beruflich als auch privat erfolgreichen Frau wurde. Aus der Ehe entstammen drei Kinder. Die Trumps ließen sich 1991 scheiden. Bateman erwähnt Ivana Trump mehrmals im Kontext der Boulevardpresse: “an item on Page Six, or some other gossip column, about Ivana Trump” (*AP* 63) oder über ihre Anwesenheit in trendigen Restaurants, wo sie zu erkennen geglaubt wird: “Is that ... Ivana Trump?” (*AP* 121, 215)

### **Trump Plaza**

Ein 39-stöckiger Luxus-Hotelkomplex mit Casino in Atlantic City, New Jersey, mit Blick über den Atlantischen Ozean, der als Meisterstück des Immobiliengiganten Donald Trump gilt.

Siehe *Trump, Donald*

### **Trump Tower**

Ein 58-stöckiger bronzefarbener Wohn-, Büro- und Einkaufskomplex in Glas des gleichnamigen Immobilienmaklers und Bauherrn Donald Trump und der Versicherungsfirma Equitable Life Assurance Society of The United States, der mit seiner Fertigstellung 1983 zum architektonischen Aushängeschild für “Erfolg und Lifestyle” wurde. Der Trump Tower ist Sitz der The Trump Organization. Für die Errichtung des Trump Towers wurde das historische Bonwit Teller im Art déco-Stil abgerissen. Mit dem Trump Tower entwickelte sich diese Gegend in Midtown Manhattan in eine völlig neue Richtung.

Siehe *Bonwit's* und *Trump, Donald*

### **TUMI**

Ein US-amerikanischer Markenname, der an einen peruanischen Gott angelehnt ist und für kompaktes Prestige-Reisegepäck, edle Aktentaschen und Büro-Accessoires steht. 1975 von dem ehemaligen Peace-Corps-Aktivisten Charlie Clifford als Importunternehmen für kolumbianische Lederkleidersäcke gegründet, hatte Clifford mit der Einführung eines neuen, mit diesem Namen gezeichneten Designs seinen Durchbruch in den 1980er-Jahren.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Tunnel, The**

Ein berühmter New Yorker Nachtclub von 1987–2001 mit der Adresse 220 12<sup>th</sup> Avenue/27<sup>th</sup> Street im Warehouse Company Central Stores Building in Westchelsea/Manhattan. Der Name “The Tunnel” leitete sich dabei vom tunnelförmigen Inneren der ehemaligen Warenlagerhalle und den hinein führenden Gleisen der New Yorker Central Road Bahnfrachtlinie Eleventh Avenue ab, wo das Frachtgut im frühen 19. Jahrhundert auf einem abgesenkten Terminal, der späteren Tanzfläche im “Tunnel”, direkt auf die Züge verladen wurde. Der Club wies gemäß der Terminalstruktur verschiedene lang gezogene tunnelförmige Räume auf mehreren Ebenen auf. Darin befanden sich Tanzkäfige, S/M-Zwinger, eine viktorianische Bibliothek, Lounges und Separees, Unisex-Toiletten in den vormaligen Wasch- und Umkleideräumen der FrachtarbeiterInnen und ein VIP-Raum. Der “Tunnel“-Club zieht sich als Leitmotiv durch *American Psycho*; es gibt sogar ein eigenes Kapitel in Ellis Roman (*AP* 52–63), das nicht nur strukturell auf das frühere Lagerhaus verweist, sondern auch symbolisch auf den Abstieg in die Tiefen New Yorks oder vielmehr – mit dem Verschwinden des Yuppies Timothy Price gleich am Anfang bis zum Ende von *American Psycho* – in die Untiefen der menschlichen Seele.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Turtles, The**

Eine US-amerikanische Pop-Folk-Rock-Vokalgruppe aus den späten 1960ern, die mit dem Hit “Happy Together” (1967) und drei weiteren Hits für kurze Zeit die US-Top-10 erklimmen, sich danach aber auflösten. Mark Volman und Mark Kaylan, die Begründer der Turtles, wurden Teil von Frank Zappas Band The Mothers of Invention Anfang der 1970er-Jahre und hatten auch Soloaufnahmen als Flo & Eddie. 1984 tourten die beiden mit alten Hits und einer Neuauflage als The Turtles durch die USA.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Tuscany Per Uomo**

Ein klassischer Herrenduft von Aramis der US-amerikanischen Estée Lauder Companies seit 1985. Lavendel, Zitrone und Bergamotte gründen auf Leder, begleitet von Anis-Noten und Patschuli. Siehe *Aramis*

### **TV**

Eine Abkürzung für englisch "Television", den Fernseher.

### **21 Club**

Ein traditionsreiches klassisches Clubrestaurant an der 21 West 52<sup>nd</sup> Street in Manhattan, eröffnet 1922 von den beiden Köchen Jack Kriendler und Charlie Berns, zunächst unter verschiedenen Namen und an unterschiedlichen Orten. Während der Prohibition besaß der Club einen geheimen Weinkeller im Haus Nr. 19 an der 21 West. 1985 verkauften die beiden Familien das von VIPs aus Politik, Film, Musik und Society frequentierte Restaurant an eine Unternehmensholding. Charakteristisch für das Restaurant 21 Club sind die gusseisernen Jockeys am Balkon oberhalb der Eingangsfront, welche verschiedene Pferdeställe aus vergangenen Zeiten darstellen. Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

## **U**

### **UCLA**

Eine Abkürzung für "University of California, Los Angeles". Die UCLA wurde 1919 als erste Universitätsniederlassung der renommierten staatlichen University of California mit Sitz in Berkeley (San Francisco) im Süden Kaliforniens gegründet und ist sehr anerkannt.<sup>1638</sup>

### **UFO**

Eine Abkürzung für englisch "Unidentified Flying Object". Seit den 1940er-Jahren werden damit "unbekannte fliegende Objekte" bezeichnet, die im Luftraum meist in Scheibenform, daher auch die Bezeichnung "fliegende Untertasse" wahrgenommen werden. Die Vermutung, dass dies Raumfahrzeuge von Außerirdischen seien, wurde – gleich wie deren Existenz – bis heute nicht bestätigt, wohl aber immer wieder ideologisch ausgeschlachtet.

### **Ungaro**

Eine französische Modemarke nach dem Modeschöpfer Emanuel Ungaro (\* 1933, † 2019), berühmt für seine sinnlich-barocke Mode und besonderen Farb- und Materialienkombinationen. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Union Square**

Ein kleiner, in den 1980er-Jahren von Kleinkriminellen bevölkerter Park im Flatiron District inmitten von Manhattan, NYC, der immer wieder auch Wochenmarktplatz ist.

### **Union Square Café**

Ein New Yorker Nobelrestaurant am Union Square in Manhattan seit 1985 mit südländischem Flair und nordkalifornischer Küche von Küchenchef Michael Romano. Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Universal**

Eine US-Marke für Heimgeräte im Fitnessbereich der Firma Universal Gym Equipment, Inc. seit 1957. Siehe *KÖRPERKULT in den 1980ern*

### **University of Pennsylvania**

Eine Ivy-League-Privatuniversität in Philadelphia, Pennsylvania, USA und eine der renommiertesten der Welt, die 1749 im Geiste ihres Gründers Benjamin Franklin auf den Prinzipien von "entrepreneurship, innovation, invention, outreach, and a pragmatic love of knowledge" gegründet

---

<sup>1638</sup>

UCLA, [www.ucla.edu](http://www.ucla.edu).

wurde. Die Universität war damals erstmals nicht mehr auf die Erziehung von Kirchenmännern, sondern auf die Vorbereitung auf das Leben eines Geschäftsmannes bzw. Amtes im Dienst der Öffentlichkeit ausgerichtet.<sup>1639</sup>

### **Unsafe sex**

Ein seit dem Auftreten der tödlichen Krankheit AIDS in den 1980er-Jahren erklärtes No-Go, Sex ohne Verhütungsmittel zu praktizieren. Neben Monogamie und sexueller Abstinenz implizierte das neu entstandene soziale Schlagwort "Safer Sex" im Gegenzug das Benutzen von Kondomen und spermienabtötenden Gleitmitteln sowie das Vermeiden spezifischer Sexualpraktiken. Auch zwischen Patrick Bateman und seiner Geliebten Courtney wird "*unsafe sex*" (AP 104) zum Thema. Bateman benutzt zwar ein Kondom, hat jedoch sein wasserlösliches, spermienabtötendes Gleitmittel aufzutragen vergessen und gerät in Panik. Interessant ist hierbei die Tatsache, dass mit AIDS auch das spermienabtötende Gleitmittel in seiner chemischen Zusammensetzung verändert worden war: Zuvor waren diese spermienabtötenden Gleitmittel auf Petroliumbasis, was jedoch das Kondom angriff und somit die Effizienz des Kondoms einschränkte; durch die Safer Sex-Debatte wurde ein spermienabtötendes Gleitmittel auf Wasserbasis entwickelt, um damit die Sicherheit des Kondoms zu erhöhen.

Siehe *Condom* und *AIDS und HOMOPHOBIE*

### **Upper East Side**

Ein östlich des Central Parks gelegenes und an den East River angrenzendes Viertel von Manhattan, New York City, das seit dem Zuzug der Astor-Familie Ende des 19. Jahrhunderts an der Fifth Avenue den "Reichen" gehört: Ausgestattet mit Millionärspalästen und noblen Stadthäusern in den Seitenstraßen zählt diese Adresse zu den feinsten New Yorks mit den besten privaten Einrichtungen und exklusivsten Geschäften.

### **Upper West Side**

Ein westlich des Central Parks gelegenes und an den Hudson River angrenzendes Viertel von Manhattan, New York City, mit dem Broadway als pulsierende Ader sowie der Columbia University und dem aus mittelalterlichen Gebäudefragmenten aus Europa zusammengesetzten Museum für mittelalterliche Kunst, The Cloisters und seinen Kreuzgängen im Fort Tryon Park. Es sind allesamt nationale historische Sehenswürdigkeiten. Mit seinen alten herrschaftlichen Apartmenthäusern und dem Lincoln Center sowie dem Riverside Park hat das Viertel in den 1980er-Jahren bei Familien und wohlhabenderen Kunstschaaffenden an Interesse gewonnen.

### **USA Today**

Eine 1982 von Al Neuharth gegründete, erstmals überregionale (nationale) Tageszeitung der USA im Genre der Boulevardblätter und mit einer verkauften Auflage von über 2 Millionen Exemplaren Anfang 2000. Bis dahin war die US-amerikanische Tagespresse im Gegensatz zu anderen Massenmedien wie Fernsehstationen und dem Mainstream-Kino der Hollywoodindustrie stark regional ausgerichtet gewesen. Diese Bundesstaaten übergreifende Zeitung ist vor allem aber ein gutes Beispiel für den zunehmenden Unterhaltungscharakter einer Tageszeitung in den 1980er-Jahren: Denn *USA Today* zeichnet sich weniger durch sorgsam recherchierte Artikel als durch "Infotainment" mittels Sensationsberichterstattung aus. Al Neuharth, er hat sich mittlerweile zurückgezogen, hatte seit 1999 eine Kolumne in *USA Today*, in der er mit seinem Lesepublikum seine Sicht von Amerikas "heißesten" Themen teilte. Der ehemalige Geschäftsführer der Gannett Co. Inc. und Gründer von *Florida Today* war auch Initiator und Vorsitzender des Freedom Forum, einer Non-Profit-Stiftung, welche sich seit 1991 für freie Meinungsäußerung einsetzt.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **U2**

Eine irische Musikgruppe, die durch ihren Enthusiasmus und ihre Post-Punk-Experimente zu den bekanntesten Rockbands der 1980er-Jahre zählt.<sup>1640</sup> Mit ihrem energiegeladenen Sound und ihrer Auseinandersetzung mit Reizthemen wie Politik und Religion galten U2 als Kreuzritter des Rock 'n' Roll in einer Zeit des zunehmenden Synthesizer-Pops und Heavy Metals. David Evans mit dem Pseudonym "The Edge" erweiterte mit dem Echo-Sound seiner Gitarre die Band mit sonischen Klanglandschaften,

<sup>1639</sup> *University of Pennsylvania*, [www.upenn.edu](http://www.upenn.edu).

<sup>1640</sup> Jay Cocks, "Band on the run: U2 soars with a top album, a hot tour and songs of spirit and conscience," *Time* 27 April 1987: 76 ff. sowie Jay Cocks, "U2 explores America," *Time* 21 November 1988: 146. Siehe diese beiden Artikel als wesentliche Grundlagen dieses Eintrags.

während Adam Clayton und Larren Mullen Jr. die Songs hardrockmäßig interpretierten. Der Sänger Bono wiederum brachte der Gruppe im Video *Sunday Bloody Sunday* mit der weißen Flagge in der Hand den breiten Durchbruch. Regelmäßige Touren, Auftritte und Aufnahmen im Laufe der frühen 1980er-Jahre hatten der Rockgruppe einen guten Ruf verschafft. Mit ihrem Album *The Joshua Tree* (1987) wurden die Bandmitglieder zu Superstars, die sich – im Gegensatz zu vielen anderen Rockgruppen der 1980er-Jahre – auch in den 1990ern halten konnten und immer wieder neu zu interpretieren vermochten. Bevor Punk nach Irland kam, hatten sich 1976 bereits fast alle originalen U2-Mitglieder in der Highschool-Band *The Feedback* in einer Art Post-Punk-Sound zusammengefunden, veränderten sich dann als *The Hype* und mit dem Ausstieg von Dick Evans 1977 hin zu U2. Damit hatten sie ein Jahr später ihren ersten kleineren Durchbruch in Irland, erhielten aber erst mit ihrer zweiten Hitsingle „Another Day“ Anfang der 1980er einen Plattenvertrag mit Island Records. Auf ihrem Album *Boy* punktete U2 mit ihrem bis dahin ungehörten atmosphärischen und eckigen Sound sowie mit ihrer offen zur Schau getragenen christlichen Gesinnung. Noch als Vorgruppe von Talking Heads gelangte *Boy* unter die amerikanischen Top-80. Ihr Einstieg auf MTV 1983 mit „I Will Follow“ und „Gloria“ machte U2 zur Kultband in den USA. 1983 eroberte das Album *War* den Markt in Großbritannien und Platz 12 in den USA. *War* hatte eine stärkere politische Botschaft als die Vorläufer-Songs „Sunday Bloody Sunday“ und „New Year’s Day“. Die Auftritte der Gruppe bei den karitativen Projekten gegen den Hunger in Äthiopien, Afrika wie *Band Aid* 1984 und *Live Aid* 1985 machte U2 weltweit bekannt. Unter den Co-Produzenten Brian Eno und Daniel Lanois erschien *The Unforgettable Fire* 1984, ein weiteres britisches Top-Album, das Platz 12 der US-Charts eroberte. Mit ihrem Tribut an Martin Luther King Jr. „In the Name of Love“ (*Pride*) landete die Band ihren ersten Top-40-Hit in den USA und hatte ihre erste internationale Tour. Trotz ihres großen Erfolges seit Anfang der 1980er-Jahre katapultierte jedoch erst das Album *The Joshua Tree* 1987 die Musiker in die Liga der Superstars. Auf Platz 1 sowohl in den USA als auch zum dritten Mal in Großbritannien erhielt die Gruppe innerhalb von 28 Stunden Platin, eine höchst erfolgreiche internationale Tour und kam auf das Titelbild der Zeitschrift *Time*. Ein Dokumentarfilm über ihre Amerikatour wurde als *Rattle & Hum* mit einem gleichnamigen Doppelalbum mit Live-Material und neuen Songs herausgebracht. Während das Album bejubelt wurde, wurde der Film aufgrund der Begeisterung von U2 für die amerikanischen Wurzeln des Blues, Soul, Country und Folk kritisiert. Daraufhin nahm die Gruppe eine Auszeit und kehrte 1990 mit ihrem Album *Achtung Baby* in Berlin und einer Neuinterpretation ihres zeitlosen Post-Punk-Rockstils zurück. U2 gilt als eine der erfolgreichsten internationalen Rockbands aller Zeiten.  
Siehe *Bono* und *MUSIK in den 1980ern*

#### **UV-A**

Eine Abkürzung für „ultraviolette Strahlung“, welche die unsichtbare elektromagnetische Strahlung bezeichnet, die mit den Sonnenstrahlen – welche größtenteils bereits durch Ozonschicht und Erdatmosphäre reflektiert oder aufgenommen werden – auf die Erdoberfläche und damit auf die Haut trifft. Die UV-A-Strahlung dringt dabei weit tiefer als die UV-B-Strahlung in die Haut ein und bräunt diese. Diese verstärkte Pigmentierung, sprich Bräunung der Haut, ist ein Mechanismus, um den Körper weitgehend vor den schädlichen Auswirkungen der UV-Strahlen zu schützen.

#### **Uzi**

Eine Maschinenpistole mit Einzelschuss oder Vollautomatik, die in den 1950er-Jahren in Israel nach dem Major Uziel Gal entwickelt wurde und heute weltweit in Armeen und bei der Polizei eingesetzt wird.  
Siehe *WAFFEN in den 1980ern*

## **V**

#### **Valentino Couture**

Eine italienische Marke für Männer- und Frauenmode, die für Eleganz, Glanz und Anmut steht und 1959 vom römischen Designer Valentino Garavani (\* 1932) für Größen aus Film und Adel kreiert wurde.  
Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Valium**

Ein verschreibungspflichtiges starkes Beruhigungsmittel mit entkrampfender Wirkung des Schweizer Pharmaunternehmens F. Hoffmann-La Roche, das in den 1970er- und 1980er-Jahren in den USA sehr populär war.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Valli, Frankie**

Ein US-amerikanischer Sänger (\* 1934), Musiker und Schauspieler, der als Frontman der Rock 'n' Roll-Vokalgruppe The Four Seasons, die als weiße italoamerikanische Musikband zwischen 1962 und 1967 bei R&B-Fans großen Erfolg hatte, mit seiner fast Sopran-Stimme berühmt wurde. Etwa zehn Jahre zuvor hatte Frankie Valli mit seiner fast Sopran-Stimme seine erste Platte aufgenommen und war sowohl als Solist als auch als Backup mit einigen späteren The Four Seasons-Mitgliedern wie Tommy DeVito unterwegs. Mit dem Aufkommen britischer Bands wie The Beatles in den USA ab 1964 wurden die Popsongs der Four Seasons etwas ausgefeilter und sozialbewusster, rockiger wie etwas souliger. 1965 startete Valli seine Solokarriere, die Gruppe änderte ihren Namen auf Frankie Valli and the Four Seasons und hatte mit Bob Gaudio ab Mitte der 1970er-Jahre ein schwaches Comeback, das an ihren Erfolg als größte weiße Rockgruppe Anfang der 1960er-Jahre jedoch nicht mehr anschließen konnte.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Vanity Fair**

Ein US-amerikanisches monatlich erscheinendes Lifestyle-Magazin seit seiner Neuauflage 1983 durch Condé Nast Publications, das neben gelegentlichen politischen Geschichten durch die Chefredakteurin Tina Brown ab 1984 vor allem aber zum Aushängeschild für eine gut recherchierte Hollywood-Berichterstattung und für exklusive Star-Interviews wurde. Francesca Stanfill, Tochter des früheren Präsidenten von 20<sup>th</sup> Century Fox, ist seit den 1980er-Jahren regelmäßige Redakteurin von *Vanity Fair* und wird auch in *American Psycho* auf Seite 207 erwähnt.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Varda**

Ein renommiertes US-amerikanisches Unternehmen aus New Jersey, das Schokolade herstellt und als Varda Chocolatier ausschließlich belgische Schokolade verwendet.

### **Vaseline**

Ein Kunstwort für ein 1872 patentiertes Gel auf Petroleumbasis, das als Grundlage für medizinische und kosmetische Salben sowie als Schmier- aber auch als Gleitmittel beim Sexualverkehr verwendet wird und bis zu seinem Verkauf an Unilever 1987 von der Chesebrough Manufacturing Company entwickelt und vermarktet wurde.

### **Vassar College**

Eine sehr renommierte, private US-Elitehochschule, welche 1861 in Poughkeepsie (NY) als erstes College ausschließlich zur Erziehung von Frauen nach dem Leitsatz von "Purity and Wisdom" (Reinheit und Weisheit) gegründet wurde. Seit 1969 sind auch Männer zugelassen.<sup>1641</sup>

### **VCR**

Eine Abkürzung für englisch "Video Cassette Recorder", ein Abspielgerät für Videokassetten, das seinen Durchbruch Ende der 1970er-Jahre hatte.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Vermont Technical College**

Ein renommiertes öffentliches US-amerikanisches technisches College in Randolph Center (VT) seit 1866; seit 1961 auch Teil des Netzwerkes der Vermont State Colleges.<sup>1642</sup>

### **Versace, Gianni**

Ein italienischer Modedesigner (\* 1946, † 1997), der mit seinem zugleich pompösen wie autoritären sowie erotischen Stil in den 1980er-Jahren seinen Durchbruch feierte. Der Gründer des gleichnamigen Modeunternehmens Versace wurde 1997 ermordet. Neben der Hautcouture-Linie Gianni Versace gibt es noch weitere günstigere Versace-Linien, unter anderem Versace Jeans.

Siehe *MODE in den 1980ern*

<sup>1641</sup> Vassar College Home | Vassar College, [www.vassar.edu](http://www.vassar.edu)

<sup>1642</sup> "Small College. Big Outcomes," Vermont Technical College, [www.vtc.edu](http://www.vtc.edu).

**Vertical Club**

Ein exklusives Fitnesszentrum in New York City, das in den 1980er-Jahren Treffpunkt von Yuppies für das tägliche Workout war.

Siehe *KÖRPERKULT in den 1980ern*

**VHS**

Eine Abkürzung für englisch "Video Home System", ein 1976 von dem japanischen Elektronikunternehmen JVC (The Japan Victor Company) entwickelter Aufnahme- und Abspielstandard für Videokassettenrecorder. In den 1980er-Jahren sollte sich die VHS-Kassette mit ihrem bedienungsfreundlicheren System vor der Sony Betamax-Kassette mit der besseren Bildqualität durchsetzen. Super-VHS oder S-VHS ist ein höherer analoger Qualitätsstandard, dem die digitale Version D-VHS folgte.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

**Vicuña**

Eine wilde Kamelart der Anden, die aufgrund ihrer extremen Lebensbedingungen die feinste und wertvollste Wolle der Welt liefert.

**Vidal Sasson**

Eine US-amerikanische Marke für eine Haarsalonkette und eigene Haarpflegeserie nach dem gleichnamigen britischen Friseur (\* 1928, † 2012), der 1970 mit dem Systemformhaarschnitt die Haarschneidetechnik revolutionierte.

**Video Haven**

Ein Video-Verleih in der 14<sup>th</sup> Street 220 E 14 in Manhattan, New York City.

**Video Visions**

a) Ein Video-Verleih in Chatham, NY, nördlich von New York City.

b) Ein US-amerikanisches Unternehmen, das 1986 als Milanese Associates die ersten Videobildschirme und ihre Technik in die USA brachte und ab 1990 als neugegründete Video Visions, Inc. eigene Qualitätsvideowände mit -zubehör herstellte.

**Videonics Inc.**

Ein in den 1980er-Jahren unabhängiges US-amerikanisches Unternehmen für die Ausstattung von Videoproduktionen, das 2001 mit Focus zu Focus Enhancements fusionierte.

**VIP**

Eine Abkürzung für englisch "Very Important Person", eine sehr wichtige Person, wobei die soziale oder berufliche Stellung eine Sonderbehandlung impliziert.

**Virginia Hunt Country**

Ein berühmtes Gebiet in den USA inmitten der Hügellandschaft von Loudou und Fauquier County nordwestlich von Washington, D. C., das traditionell für die Fuchsjagd und für Pferderennen mit Hindernissen genutzt wird.

**Visine Tears**

Ein Markenprodukt des US-amerikanischen Unternehmens Pfizer Inc. für eine künstliche Tränenflüssigkeit bei brennenden und trockenen Augen, das in den 1980er-Jahren bei Yuppies sehr beliebt war.

**Vittel**

Ein französisches Mineralwasser mit Tradition und von hohem Renommee.

**Vivagen**

Eine Haarkosmetiklinie der US-Firma Redken.

**Vivaldi, Antonio**

Ein italienischer Geiger, Komponist, Kirchenkapellmeister und Lehrer am Konservatorium (\* 1678, † 1741), der das Violinspiel formal und spieltechnisch erneuerte und das Solokonzert – er schrieb ungefähr 344 – einführte sowie für 46 Opern verantwortlich zeichnete. Sein wohl bekanntestes



Werk ist der Konzertzyklus "Die Vier Jahreszeiten". Der Meister des Instrumentalkonzertes und des Spätbarocks übte großen Einfluss auf Zeitgenossen wie nachfolgende Komponisten aus und gilt als Wegbereiter der Klassik.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Vogue**

Ein seit über 100 Jahren erscheinendes Lifestyle-Magazin des US-amerikanischen Condé Nast-Verlages, das zunächst als Wochenzeitschrift zur Beschreibung des New Yorker Lebensstils gegründet wurde. Die heutige Modezeitschrift hat mit dem kontinuierlichen Setzen von neuen Standards in Farbe und Layout und einem Titelblatt mit Stars aus Film, Musik und Gesellschaft, mit der Herausgabe von internationalen Auflagen und als monatliches Hochglanzmagazin ab den 1970-Jahren seine jünger und emanzipierter werdende, vorwiegend weibliche Leserschaft mit gut recherchierten Artikeln über Mode und Lebensstil, Luxusartikel und berühmte Persönlichkeiten informiert und ist dabei zum weltweiten Trendsetter avanciert. Letzteres ist unter anderem auf die Führung und Vision der durchaus polarisierenden Chefredakteurin und Modekultfrau seit 1988, der Journalistin Anna Wintour zurückzuführen.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Volvo**

Eine 1927 gegründete schwedische Luxus-Automobilfirma, deren Autos von Anfang an als sehr "sicher" galten, unter anderem wegen ihrer Investition in Drei-Punkt-Gurte, Kopfstützen und weitere Sicherheitsmaßnahmen. In den 1980er-Jahren waren Autos dieser Marke bei Familien sehr beliebt.

Siehe *AUTO in den 1980ern*

## **W**

### **W Magazine**

Ein acht Mal im Jahr erscheinendes US-Hochglanzmagazin des Condé Nast-Verlages über VIPs und Entwicklungen in der Modewelt für weibliche Trendsetter.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **WAFFEN in den 1980er-Jahren: Der Drang nach Selbstjustiz wird populär**

Die Waffen, die Patrick Bateman in *American Psycho* verwendet, waren in den 1980er-Jahren sehr beliebt und auch die erwähnten Waffenpreise sind weitere Fakten in der Fiktion. Bateman trägt beim Ausgehen mehrmals eine Waffe bei sich und muss diese zur Bestätigung seiner vermeintlichen Größe immer wieder "berühren". Bereits der Gedanke an die Waffe scheint dem "Amerikaner" Bateman, wenn auch fiktive Figur, Sicherheit zu bieten. Der Autor Ellis inszeniert für seinen Protagonisten Bateman eine Verfolgungsjagd, in der dieser wortwörtlich zum Massenmörder wird (*AP* 246–50): Bateman benutzt darin ein "AK-47", ein russisches Sturmgewehr, ein "AR-15", ein amerikanisches Sturmgewehr, eine "UZI", eine israelische Maschinenpistole, ein "Ruger Mini-14", ein amerikanisches Sturmgewehr, und die Handwaffen-Munition ".357 magnum". Alle erwähnten Waffen waren in den 1980er-Jahren entweder über den Ladentisch oder unter der Hand erhältlich: Das AK-47 (370 US-\$) wurde in Russland entworfen und in China für den US-Import produziert. In den 1980er-Jahren wurde diese Waffe weltweit in vielen Armeen benützt. Eine Werbeanzeige für das AK-47 in *Soldier of Fortune* aus dem Jahr 1989 bewirbt die Kalaschnikov mit folgendem Slogan: "The Essence of practicality", AR-15 (750 US-\$) gilt als "ziviles" Äquivalent zum M-16, welches das US-Militär in Vietnam benutzte. Die Ruger Mini-14 (469 US-\$) ist eine "leichte" Waffe, die im Jagdsport beliebt ist. Das UZI (699 US-\$) wird von der israelischen Militärindustrie produziert und vom US-Geheimdienst als Kompaktversion verwendet. Der *Time*-Autor George J. Church untersuchte nach dem Massaker von Stockton – dem Amoklauf eines 24-Jährigen an einer Grundschule in Kalifornien Anfang 1989 – den Umgang der amerikanischen Bevölkerung sowie der US-Regierung mit Waffen.<sup>1643</sup> Angesichts der sich häufenden Amokläufe in den USA hat sein Artikel bis heute nicht an Aktualität verloren; er belegt vielmehr, dass der Gewaltzyklus in Amerika ungebrochen bleibt. Auch damals hatte die Bevölkerung auf das Massaker von Stockton schockiert reagiert und Diskussionen über strengere Waffengesetze entfacht. Trotz vielfacher

<sup>1643</sup>

George J. Church, "The Other Arms Race," *Time* 24 June 2001: 20.

Studienergebnisse, dass ein beschränkter Waffenzugang weniger Gewalt produzieren würde, begann mit dem Schulmassaker ein regelrechter Ansturm auf die Waffengeschäfte und auf das (effiziente) halbautomatische Gewehr des damaligen Amokläufers. Ein Waffenverkäufer kommentierte dies folgendermaßen: “There is an arms race on, all right. People are rushing to buy guns before the government takes them away.”<sup>1644</sup> Dieses Verhalten führt der Autor Church auf den Widerspruch zwischen dem blinden Glauben der AmerikanerInnen an das im Second Amendment der US-Verfassung verbrieftete Recht auf Selbstverteidigung und auf die im Hintergrund agierende starke Lobby der mächtigen “National Rifle Association” (NRA) zurück. Diese Widersprüchlichkeit von Aktion und Reaktion war sowohl in Reagans als auch in George Bushs Regierungshaltung evident:

Gun-control advocates can expect no help from the Bush Administration. Quite the contrary: the new President, a life member of the N.R.A., has sweepingly asserted that ‘free men and women have the right to own a gun to protect their home’. His views echo those of his predecessor, Ronald Reagan, who reiterated his opposition to gun control even after he was wounded by John W. Hinckley.<sup>1645</sup>

Neben den zunehmenden Amokläufen lässt sich auch mit der Kriminalstatistik belegen, dass der Gewaltkreislauf in den USA seit den 1980er-Jahren ungebrochen ist. So haben laut Church der Drogenhandel mit Crack und die Bandenkriege in den Innenstädten den Import und die Verwendung von halbautomatischen Waffen gebracht, was wiederum die US-Polizei zum Aufrüsten gezwungen hat. Dieser Waffentypus sei von da an nicht mehr aus dem Leben der Polizei, von straffälligen Personen oder einfachen amerikanischen Bürgerinnen und Bürgern wegzudenken gewesen; bei der Bevölkerung wiederum war durch die tägliche Medienberichterstattung das Bedürfnis nach Schutz gestiegen und zugleich ihr Vertrauen in die Polizei stetig gesunken. Seit 1983 begannen auch Frauen regelmäßig Waffen zu kaufen. Im Impressum einer *Soldier of Fortune*-Ausgabe von 1997 weist das Magazin auf die Funktionstüchtigkeit der porträtierten Waffen hin, indem es sich auf die eigenen Erfahrungen oder auf die seiner Leserschaft beruft: “for Vietnam vets, e.g., . . . all data in the publications, technical otherwise, are based upon personal experience or individuals using specific tools, products, equipment [...]” Mit dieser auch von Bateman abonnierten Zeitschrift belegt Bret Easton Ellis konkret die Tradierung von Gewalt durch die massenmediale Populärkultur. Dies zeigt sich beispielsweise auch in der Zunahme von Amokläufen in den Industrieländern und vor allem in der steigenden Gewaltbereitschaft bei Jugendlichen in der Generation, die in den 1980er-Jahren geboren und im Übergang vom analogen zum digitalen Zeitalter aufgewachsen ist. Ein 1999 erschienener Artikel der Deutschen Presseagentur dpa zum Thema “Jugendgewalt”<sup>1646</sup> verweist auf wissenschaftliche Untersuchungen, die alle den Hauptgrund für die steigende Gewalt unter Kindern und Jugendlichen “in einer zunehmenden Sprachlosigkeit zwischen Eltern und Kindern” ausmachen. Andere Gründe hierfür seien

eine weiter fehlende [Zukunfts-]Perspektive für viele junge Menschen, nicht nur in den USA sondern auch in Deutschland [...]. Kinder und Jugendliche, die keine Bindung, kein Vertrauen und keine Zuneigung bekämen, hätten es schwerer, Anerkennung und Erfolge zu erzielen. Viele wollten aus diesem Kreislauf ausbrechen und versuchten durch Grenzüberschreitungen auf sich aufmerksam zu machen. [Ein Verhaltenspsychologe erklärt im dpa-Bericht weiter, dass] sozial isolierte junge Leute, die mitbekommen, wie ausführlich die Medien über solche Blutbäder berichten, ihre Chance wittern, anderen Leuten endlich zu zeigen, wie wichtig sie sind und was sie alles können. [...] ‘Hintergrund könne auch der Ehrgeiz sein’, sich in der Subgruppe oder Bande soziale Kompetenz und Ansehen zu verschaffen.<sup>1647</sup>

### **Walden, Narada Michael**

Ein US-amerikanischer Musiker (\* 1952) und Sänger sowie Komponist, Arrangeur und Produzent, unter anderem von Whitney Houston.

Siehe *Houston, Whitney*

### **Waldorf salad**

Ein klassischer Salat aus kleingeschnittenen säuerlichen Äpfeln, Walnussstücken und Sellerie, mit Mayonnaise auf Blattsalat abgemacht. Der Waldorfsalat wurde 1896 im Waldorf-Astoria Hotel in New York City vom damaligen Schweizer Küchenchef Oscar Tschirky kreiert.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Walkman**

Ein kleiner, tragbarer Kassettenrecorder mit Kopfhörern, der in den 1980er-Jahren vom japanischen Elektronikunternehmen Sony erfunden wurde.

---

<sup>1644</sup> Ebda., 21.

<sup>1645</sup> Ebda., 22.

<sup>1646</sup> Deutsche Presseagentur (dpa), Hg., “Jugendgewalt,” 29. April 1999, 15:16.

<sup>1647</sup> Ebda.

Siehe *Sony*

### **Wall Street**

Eine Straße in New York City und Sitz der New Yorker Börse (New York Stock Exchange) sowie zahlreicher Banken und Handelshäuser, welche die Straße zum Synonym für die US-amerikanische Finanz- und Bankenwelt gemacht haben.

### **Wall Street Journal**

Eine internationale englischsprachige Tageszeitung der USA und eine der großen, weltweit führenden Wirtschaftszeitungen, die nach kontinuierlicher Expansion seit Mitte der 1970er-Jahre nach Asien und nach Europa, der Einführung von Sonderausgaben und einer digitalen Ausgabe (WallStreetJournal.com) Ende der 1990er-Jahre zur auflagenstärksten Tageszeitung der USA avancierte. Die Zeitung ist 1882 aus der *Customers' Afternoon Letter*, der ersten Publikation aktueller Börsennachrichten der drei Journalisten Charles Henry Dow, Edward Davis Jones und Charles Milford Bergstresser und deren Gründung der ersten Agentur für Nachrichten aus der Finanzwelt der New Yorker Wall Street (Dow, Jones & Company, Inc.) hervorgegangen. Die kompromisslose und akkurate Berichterstattung gemäß der Blattlinie von Dow und Jones hat der Zeitung fast 30 Pulitzer-Preise eingebracht. Nach Jahren ohne Layout-Änderung erscheint Ende 2004 das Wall Street Journal in Farbe. Die Wirtschaftszeitung stellt nach wie vor das Herz des Nachrichtenkonzerns Dow Jones dar, dem heute viele Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehstationen, Archive und mit wsj.com das größte zahlungspflichtige Nachrichtenportal im Internet angehören. Auch der "Dow Jones Industrial Average" (kurz Dow Jones), der Kursindex des New Yorker Aktienmarktes ist damals, 1884, entstanden und gilt bis heute als wichtigstes Börsenbarometer der Welt. Wie der Index zusammengesetzt ist, wird von der Redaktion des *Wall Street Journal* entschieden.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **"Wanted Dead or Alive"**

Ein Erfolgshit (1986) der US-amerikanischen Metalpop-Gruppe Bon Jovi und Top-10-Single aus dem Platin-Bestselleralbum *Slippery When Wet*. "Wanted Dead or Alive" gilt als leise Ballade in Moll mit einem akustischen Gitarrenintro von Richie Sambora, in der Jon Bon Jovi das Leben einer Rockband auf Achse mit dem eines einsamen, gesetzlosen Cowboys im Alten Westen vergleicht.

Siehe *Bon Jovi* und *MUSIK in den 1980ern*

### **Warren Edwards**

Ein englischer Schuhdesigner, der 1972 zusammen mit Susan Bennis die Marke Susan Bennis/Warren Edwards begründete und nach dem Auflassen der Marke 1998 als selbstständiger Schuhdesigner für Geschäftstreibende in New York City weitermachte.

Siehe *Susan Bennis/Warren Edwards* und *MODE in den 1980ern*

### **Wasabi**

Ein Meer- oder Wassermeerrettich, der in der japanischen Küche als sehr scharfes Gewürz eingesetzt wird und als Pulver oder in kleinen Tuben erhältlich ist. Die Schärfe des Gewürzes kommt von den Senfölen, die in den vielen rohen Gerichten auch antibakteriell wirken.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Washington, D. C.**

Eine 1791 vom amerikanischen Kongress unter dem Präsidenten George Washington als Hauptstadt der jungen Vereinigten Staaten von Amerika gegründete Stadt. Sie liegt an der Grenze zwischen den Nord- und den Südstaaten und fällt mit dem District of Columbia (D.C.) zusammen. Der Regierungsbezirk Washington, D.C., auch Sitz bedeutender nationaler wie internationaler Vereinigungen und Unternehmen, ist als solcher autonom und bis heute kein eigener Bundesstaat, sondern untersteht direkt dem US-Kongress.

### **Washington Post, The**

Eine 1877 in Washington, D.C. gegründete US-amerikanische Tageszeitung.

Siehe *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **Wayfarer**

Eine klassische Brillenlinie der Sonnenbrillenmarke Ray Ban des US-amerikanischen Unternehmens Bausch & Lomb.

Siehe *Bausch & Lomb*; *Ray Ban* und *Aviator*

### **Weekender Club, Eastern**

Ein Last-Minute-Reiseservice der Eastern Airlines in den 1980er-Jahren, von dem die eingeschriebenen Mitglieder jeden Mittwoch per Eilpost über Last-Minute-Wochenendangebote informiert wurden und kurzfristig buchen konnten. Eastern Airlines bot dabei erstmals die Möglichkeit der flexiblen Urlaubsbuchung, sprich zwischen Donnerstag und Sonntag den Hin- und zwischen Sonntag und Dienstag den Rückflug antreten zu können.

Siehe *Eastern Airlines*

### **Wendy Gell**

Ein in den 1970ern von der ehemaligen US-amerikanischen Liedermacherin und späteren Taxifahrerin Wendy Gell gegründetes, mittlerweile international tätiges Mode- und Modeschmuckunternehmen aus New York/Key West, das seinen Durchbruch mit handschellenartigen Armbändern aus kuriosem verkitschten Alltagsdesign hatte. Begehrtes Sammelobjekt sind Gells Auftragsarbeiten für Walt Disney seit 1985. Der Name Gell kommt von "Gelastic", was "capable of producing laughter; risible, and healing by laughter" (Slogan) bedeutet, und wurde zum Synonym für ihre Art von Kunst.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **West Village**

Ein Schwulen- und Lesbenviertel und ihre Szene an der Christopher Street in Greenwich, einem Stadtteil von Manhattan, New York City. Das "Village" ist von einem eher dörflichen Charakter geprägt.

Siehe *Greenwich Village*

### **Wharton School, The**

Eine der führenden US-Business-Schools weltweit, die als Teil der University of Pennsylvania in Philadelphia (PA) 1881 zunächst noch als das erste "Experiment" einer Fachhochschule für Wirtschaftskräfte von Joseph Wharton geschaffen und finanziell unterstützt wurde. Ihren Weltruf erwarb sich die The Wharton School of the University of Pennsylvania mit dem sozioökonomischen Umbruch in den 1980er-Jahren.<sup>1648</sup>

### **Wheel of Fortune**

Eine US-amerikanische Fernsehshow, die sich zeitlich wie inhaltlich in zwei Teile splitten lässt: 1952–53 kommt die Show auf CBS als Talkshow mit teilnehmenden Gästen heraus und erfährt im Tagesprogramm zwischen 1975–91 als Spieleshow, produziert von verschiedenen Fernsehsendern, ihr Comeback. Drei Personen drehen im Spiel an einem großen Glücksrad und müssen das jeweilig gefragte Wort oder Sprichwort erraten.

### **"When the moon hits your eye, like a big pizza pie, that's amore"**

Eine Liedzeile aus "That's Amore", einem 1952 von Harry Warren komponierten und von Jack Brooks getexteten Song für die Filmkomödie *The Caddy* mit Dean Martin und Jerry Lewis, der aber erst 1953 durch eine Aufnahme mit Dean Martin (mit bürgerlichem Namen Dino Paul Crocetti) für die Single *That's Amore* (Capitol Records) berühmt wurde und Platz zwei der US-Hitparade erklimmte. Bis heute wird der Song "That's Amore" mit Dean Martin gleichgesetzt und ist zu einem beliebten Zitat der amerikanischen Popkultur geworden.

### **"Where the Streets Have No Name"**

Ein Song (1987) aus dem Durchbruchalbum *The Joshua Tree* der irischen Rockgruppe U2. Bret Easton Ellis kommentiert mit Batemans falsch verstandenem Songtitel "Where the Beat Sounds the Same" (AP 144) Form und Inhalt des Songs, aber auch das Tempo von *American Psycho* selbst: Der Titel eröffnet das U2-Album mit einem langsamen Crescendo bis hin zu einem rhythmischen Höhepunkt, der für den Rest des Songs beibehalten bleibt und den Inhalt – eine Art Apokalypse – vorwärtstreibend unterstreicht.

Siehe *U2*; *Bono* und *MUSIK in den 1980ern*

### **"White Rabbit"**

Ein Hit (1967) der US-amerikanischen Rockband *Jefferson Airplane* aus dem Album *Surrealistic Pillow* im gleichen Erscheinungsjahr, der mit einem hypnotischen Gitarrenspiel und durch die monotone, sich

<sup>1648</sup>

"The Wharton School of the University of Pennsylvania," *The Wharton School*, [www.wharton.upenn.edu](http://www.wharton.upenn.edu).

wie in einer Trance befindliche Stimme der Sängerin Grace Slicks eine psychedelische (Drogen-)Dimension erfährt und sich selbst dabei an Lewis Carrolls Werk *Alice's Adventures in Wonderland* (1965) anlehnt. "White Rabbit" hat zu weit über hundert Cover-Versionen geführt. Die in *American Psycho* erwähnte New Age-Version (AP 94) bezieht sich wahrscheinlich auf die 1988 erschienene *easy listening*-Version des *Hampton String Quartets* und weniger auf George Bensons gleichnamige erste leichte Jazzversion von 1971.

Siehe *New Age* und *MUSIK in den 1980ern*

### **White Rock**

Eine der ältesten und bekanntesten Getränkemarken der USA aus Whitestone/Queens in New York City. Seit 1871 steht der Name, der auf die White Rock Mineralquelle zurückgeht, für ein natürliches Mineralwasser, kalorienarme und sodiumfreie Softdrinks und ein koscheres Seltzer. Das seit 1894 verwendete Logo, das "White Rock Girl", geht auf eine Originalzeichnung der "Psyche" aus dem Gemälde "Psyche at Nature's Mirror" des Malers Paul Thuman zurück. Diese weist auf den Göttermythos von Amor und Psyche hin, auf die Verwandlung eines Mädchens in eine Göttin, auf eine Metamorphose, die aus Liebe stattgefunden hat, und ist auch aufgrund ihrer vielen Remakes ein begehrtes Sammlerobjekt.

### **Wilkes Bashford**

Ein seit 1966 in San Francisco, Kalifornien, bestehendes VIP-Modegeschäft für Designer-Herren- und Damenmode sowie Sportbekleidung und Accessoires nach dem gleichnamigen Besitzer und Mode-Guru (\* 1934, † 2016), der die italienische Modewelt in die USA brachte.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Williams, Hank**

Ein US-amerikanischer Sänger und Musiker (\* 1923, † 1953) und Vater der zeitgenössischen Countrymusik. Mit 25 Jahren bereits zum Superstar in seinem Genre avanciert, starb Williams nach einem selbstzerstörerischen Leben mit knapp 30 Jahren und hinterließ mit seinen vom Blues beeinflussten Westernklassikern das Rahmenwerk für die heutige Countrymusik. Der in *American Psycho* erwähnte Song "Honky Tonk Blues" kam 1952 heraus und erklomm Platz 2 in den US-Charts. Hank Williams wurde 1961 in die Hall of Fame für Country-Music aufgenommen. Erst mit der Erfindung der Compact Disc in den 1980er-Jahren veröffentlichte MGM, Hanks Plattenfirma, Williams Songs, die nach seinem Tod von verschiedenen Bands immer wieder interpretiert worden waren, in ihrer Originalfassung.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Willis, Bruce**

Ein US-amerikanischer Schauspieler (\* 1955), Sänger und Produzent, der seine Karriere Off-Broadway begonnen hatte, in den 1980er-Jahren im Fernsehen und als Actionheld im Thriller *Die Hard* (1988) bekannt wurde und mit seinem Debütalbum *The Return of Bruno* ein Jahr zuvor einen überraschenden Kurzerfolg als Sänger hatte. Seine Single "Respect Yourself" kam Anfang 1987 unter die Top-5 der US-Hitparade. Willis nahm zwei weitere Songs sowie eine Platte auf, konnte jedoch nicht mehr an seinen Erfolg anknüpfen und sang daraufhin nur mehr zu speziellen Anlässen, wie bei der Eröffnung der Planet Hollywood Cafés, die ihm zusammen mit Sylvester Stallone und Arnold Schwarzenegger gehören. Der Song "Respect Yourself" ist eine Cover-Version des Originalsongs von *The Staple Singers*, einer vormaligen Gospel- und späteren Soulgruppe.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Wilton**

Eine US-amerikanische Marke für Küchen(back)geräte. Wilton Industries aus Woodridge in Illinois vereinte in den 1980er-Jahren vier verschiedene Unternehmen derselben Branche mit unterschiedlichen Schwerpunkten: Wilton Enterprises (seit den 1950er-Jahren im Bereich der Backdekoration führend), Copco (1983, im Design von Teekannen und Qualitätsküchengeräten führend), Rowoco (1991, mit einer sehr großen Auswahl an exklusiven Küchen- und Backgeräten) und The Weston Gallery (1989, ein interner Unternehmensbereich für Bilderrahmen).

### **Windsor knot**

Ein klassischer Krawattenknoten aus den USA, der nach dem Krawattenstil des Herzogs von Windsor benannt ist. Er wird als "doppelter Windsorknoten" etwas breiter, fülliger und symmetrisch gebunden und wirkt dadurch besonders elegant und vertrauenserweckend.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Wine cooler**

Ein in den 1980er-Jahren als beliebte Alternative zum Bier eingeführtes leicht gesüßtes, kohlenensäurehaltiges Alkoholgetränk mit Fruchtgeschmack, meist auf Malzbasis, das es in einer Weiß-, Rosé- und Rotweinversion gibt.

### **Winfrey, Oprah**

Eine der erfolgreichsten Unternehmerinnen der USA (\* 1954), Schauspielerin, Talkshowmoderatorin und die erste afroamerikanische Milliardärin im 20. Jahrhundert. Mit der jahrzehntelang laufenden "The Oprah Winfrey Show" schuf die Selfmadefrau neue Standards im Talkshow-Genre und wurde durch eine perfekte Selbstvermarktung mit einem eigenen Buchclub, der zum Indikator für US-Bestseller wurde, und einem Fernsehkanal, mit einer Zeitschrift und v. m. zu einer breit anerkannten und zu einer der wichtigsten Persönlichkeiten mit großem Medieneinfluss in den USA. "HARPO" (Oprah, rückwärts gelesen) lautet der Name ihres Produktionsunternehmens seit 1986.

Siehe *TALKSHOW in den 1980ern* und *MASSEN MEDIEN in den 1980ern*

### **Wittenborn, Rainer**

Ein deutscher Maler (\* 1941) und Grafiker, der in den 1970er-Jahren in den USA mit seinen Farbsieb- und Offsetdrucken mit architektonischen und grafischen Elementen bekannt wurde.

### **Wok**

Eine durchgehend gewölbte Pfanne aus Asien (China) mit Deckel zum Braten und Dünsten verschiedener Gerichte.

### **World's End**

a) Ein 1987 erschienener und mit dem PEN/Faulkner Award ausgezeichnete gleichnamiger Roman des US-amerikanischen Schriftstellers T. Coraghessan Boyle (\* 1948). T. C. Boyle schreibt in *World's End* über verschiedene Generationen im Hudson River Valley und legt dabei auf ungewöhnliche Art und Weise ein Stück amerikanischer Geschichte dar. Das "historische" Buch beginnt mit einer drei-Seitenlangen Liste der Hauptcharaktere.

b) Ein großer Nachtclub in New York City namens "The World" an der 254 East 2<sup>nd</sup> Street im East Village von Manhattan gelegen, der Mitte der 1980er-Jahre eröffnete und 1991, nachdem sein Besitzer dort tot aufgefunden wurde, schloss. Der Club war in der Queer-Szene, bei Künstlerinnen und Künstlern, Modeschaffenden und weiteren Berühmtheiten aus Gesellschaft und Film und für seine Musik beliebt. Patrick Bateman erwähnt auf den letzten Seiten am Ende von *American Psycho* im Kapitel "New Club", dass er auf dem Weg zur Eröffnung eines neuen Nachtclubs sei: "Thursday night I run into Harold Carnes at a party for a new club called World's End that opens in a space where Petty's used to be on the Upper East Side." (AP 386) Bret Easton Ellis dürfte auch hier wieder zwei Populärkulturtexte der 1980er-Jahre (T.C. Boyles Roman und den tatsächlich existierenden Nachtclub "The World") mit einem Kunstgriff zusammengeführt haben. Zum einen, um den Roman *American Psycho* zeitlich und inhaltlich im New York der späten Achtzigerjahre zu verankern und zum anderen, um das Ende seines Romans – es wird keine gesellschaftspolitische Perspektive auf Läuterung geben – mit einer Weltuntergangsstimmung vorwegzunehmen.

Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **"Worst that Could Happen"**

Ein Song (1969) des US-amerikanischen Liedermachers Jimmy Webb für die US-Popgruppe The Brooklyn Bridge aus den 1960ern, die sich 1968 aus einem Stimmquartett und einer rhythmischen Gruppe auf Long Island unter dem Frontmann Johnny Maestro formiert hatte. 1969 brachte sie das Debütalbum *Worst that Could Happen* mit dem gleichnamigen Top-5-Hit heraus, der Anfang und Höhepunkt ihres Erfolges markierte. Weitere Alben erschienen bis zu ihrem Vertragsende unter dem Buddah Label 1972. Dann folgten bis in die 1990er-Jahre Live-Auftritte der Gruppe. Um Batemans Ignoranz zu belegen, nutzt Bret Easton Ellis einen kleinen Kunstgriff und weist durch seinen Erzählerprotagonisten den Erfolgshit "Worst that Could Happen" Frankie Valli statt Johnny Maestro zu: "the jukebox plays Frankie Valli singing 'The Worst That Could Happen' while [...]" (AP 328).

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **Wright, Frank Lloyd**

Ein US-amerikanischer Architekt (\* 1867, † 1959), Schriftsteller und Kunsthändler; einer der Hauptvertreter der modernen Baukunst, der seine Forderung nach einem organischen Bauen verwirklichte, indem er erstmals Stahlbetonkonstruktionen in die Landschaft integrierte.

### **Wurlitzer Jukebox**

Eine Musikbox, ein Wandgerät mit einer großen Plattenwahlmöglichkeit des gleichnamigen US-amerikanischen Produktionsunternehmens (Rudolph) Wurlitzer Company. Die Firma geht auf ein 1853 vom gleichnamigen deutschen Einwanderer gegründetes Handelsgeschäft für Musikinstrumente und -geräte in Cincinnati zurück. Der Klassiker unter den Wurlitzer – das Modell 1015 – wurde im Jahr 1946 auf den Markt gebracht und wird seit 1987 als überholtes CD- oder Vinylmodell OMT (One More Time) gebaut und besticht mit seinem Design: Die markante Form ist von Metallverzierungen und einem Lichtspiel mit aufsteigenden Luftbläschen in den mit Flüssigkeiten gefüllten Seitenpilastern geschmückt. Patrick Bateman besitzt einen Wurlitzer 1015, der in der Ecke seines Wohnzimmers steht, bedauert aber, dass dieser nicht so gut sei wie das seltene Wurlitzer-Modell 850: “[...] the Tokens singing ‘The Lion Sleeps Tonight’ coming from the glow of the Wurlitzer 1015 jukebox (which is not as good as the hard-to-find Wurlitzer 850) that stands in the corner of the living room” (AP 24). Der Wurlitzer 850 “Peacock” mit einem bunten Pfau auf der Vorderseite der Musikbox stammt aus dem Jahr 1941 und markiert den Übergang von den einfachen Holzmusikboxen in den 1930er-Jahren zu den aufwändig ausgearbeiteten Jukeboxes mit ihrem Höhepunkt in den 1940ern und mit dem Rock 'n' Roll in den 1950er- und Anfang der 1960er-Jahre. Die erste Jukebox geht auf eine erste Aufnahmemaschine des Erfinders Thomas Edison 1889 zurück, welcher ein Geldschlitz hinzugefügt wurde.

Siehe *MUSIK in den 1980ern*

### **WWD magazine**

Eine Abkürzung für englisch “Women’s Wear Daily”-Magazin, eine der wichtigsten Zeitschriften in der US-amerikanischen Modeindustrie der Fairchild Inc. seit 1910, in dem über Modeschauen, Preisverleihungen, Marken-, Unternehmens-, Marktentwicklungen und Trends im Modebereich und in der Schönheitsindustrie berichtet wird und das vor allem in den 1980er-Jahren als machtvoll Instrument beim Durchbruch, Hype oder Fallenlassen von Kreativen und Talenten in der Branche gefürchtet war.

Siehe *MODE in den 1980ern*

### **WYNN**

Eine US-amerikanische Radiostation für sogenannte Mainstream Urban Music – R&B, Hip-Hop und Soul im Pop-Format der 1980er- und 1990er-Jahre – der Rundfunkgesellschaft Cumulus Media, Inc. mit Sitz in Florence, South Carolina. 1964 als Radiostation WSTN geboren mit Schwerpunkt auf Easy Listening-Musik geht der Sender nach kurzer Übernahme durch die Rockstation WJMX FM 1988 in den Besitz der Radiostation WYNN (560 FM), einer Radiostation für christliche Gospelmusik über. Ein W am Anfang einer Großbuchstabenreihe bezeichnet die Radiostationen im Osten der USA, gleich wie der Buchstabe K das Anfangskürzel für Radiostationen im Westen der USA ist.

Siehe *MASSENMEDIEN in den 1980ern*

## **X**

### **Xanax**

Ein in den USA der 1980er-Jahre beliebtes, verschreibungspflichtiges Beruhigungsmittel.

Siehe *DROGEN in den 1980ern*

### **Xerox**

Ein US-amerikanisches Firmenunternehmen zur Ausstattung eines kompakten Kleinbüros mit verschiedenen Geräten wie einem Fax, Kopierer und Drucker, das mit der Erfindung der Technik des Fotokopierens (Xerografie aus griechisch: “trocken schreiben”) und des Fotokopiergerätes zum Synonym für den “Vorgang des Kopierens” selbst wurde.

### **Xeryus**

Ein preisgünstiger Herrenduft von Givenchy (1986), der den Männern mit dem Kauf des Produktes in den 1980er-Jahren folgendes Image bot: “Fougere Fresh For Men Who Are Tender, Loving, Seductive, And Like Family Life” (Slogan).

Siehe *Givenchy*

## Y

### **Yabba-dabba-do**

Ein zur amerikanischen Populärkultur gehöriges Schlagwort aus der US-Zeichentrickserie "Familie Feuerstein" (*The Flintstones*), das am Hauptcharakter Fred Feuerstein festgemacht ist. Die von Hanna Barbera für ABC produzierte Sitcom-Serie porträtiert das Alltagsleben der Mittelstandsfamilie Feuerstein mit einem befreundeten Ehepaar und ihrer Nachbarschaft im Steinzeitalter. Sie lief von 1960–66 und gilt als eine der erfolgreichsten Serien ihrer Art.

### **Yale Club of New York City, The**

Ein 1897 gegründeter US-amerikanischer Universitätsclub an der 50 Vanderbilt Ave und 44<sup>th</sup> Street, dessen Clubhaus ausschließlich den Studierenden und Alumni der Yale University als Mitglieder in den 1980er-Jahren offenstand und mit einem Netzwerk internationaler und nationaler Clubs Rückzug für "business or pleasure" in Form von besonderen Übernachtungs- und Speisemöglichkeiten sowie Freizeitaktivitäten bot. Der Yale Club gilt als der größte und exklusivste Universitätsclub der USA.

### **Yamaha**

Ein japanisches Musik-Elektronikunternehmen, das sich seit 1887 auf Musikinstrumente spezialisiert und mit dem erwähnten "CDV-1600 multidisc player" (AP 308) in den 1980ern eine Neuheit auf den Markt gebracht hat.

Siehe *TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS*

### **Yellowtail**

Ein japanischer Gelbschwanz ist ein Salzwasserfisch, dessen festes, leicht süßliches Fleisch mit einer weißlich-rosaroten Färbung sich gut für Sushi eignet.

Siehe *Sushi*

### **"You Can't Always Get What You Want"**

Ein fast atypischer Song der britischen Rockgruppe The Rolling Stones aus dem Album *Let it Bleed* (1969), welcher von Mick Jagger und dem London Bach Choir eröffnet wird und, durch ein kurzes Horn-Solo verstärkt, fast wie eine klassische Aufnahme klingt. Mit dem Erklängen der verschiedenen Instrumente entwickelt sich die Ballade zu einem leicht rockigen Popklassiker mit Folk- und Gospels-Elementen, mit einem choralen Höhepunkt und der Botschaft, dass man/frau nicht immer das bekommt, was man/frau will.

Siehe *Rolling Stones, The*

### **Young Republicans**

Eine US-amerikanische Jugendorganisation der Republikanischen Partei (*Young Republicans National Federation* oder YRNF) für Mitglieder im Alter von 18–40 Jahren.

### **YUPPIE: Das Gesellschaftsphänomen der 1980er-Jahre**

Der Begriff "YUPPIE" ist eine Abkürzung für englisch "Young Urban Professional", für eine zunächst aufstrebende Schicht an BabyboomerInnen in den 1980er-Jahren im Alter zwischen 25 und 40 Jahren, die in der Stadt lebte, einen M.B.A.-Abschluss besaß und in einem "professional" bzw. "managerial" Job mit einem Einkommen von mindestens 40 000 US-Dollar arbeitete.<sup>1649</sup> Heute bezeichnet dieser Begriff allgemein eine junge, aufstrebende und erfolgsorientierte Bevölkerungsschicht mit einem gehobenen Einkommen, das sich auch im Lebensstil ausdrückt. Als Gesellschaftsphänomen der 1980er-Jahre widerspiegelten Yuppies den Zeitgeist der Dekade und fanden ihre Selbstbestätigung im Konsum von teuren Qualitätsprodukten, die als sichtbare Statussymbole einen Yuppie-Lebensstil und als solche eine neue soziale Klasse belegten.<sup>1650</sup> Marissa Piesman und Marilee Hartley veröffentlichten 1984 das *Yuppie Handbook: The State-Of-The-Art Manual for Young Urban Professionals*<sup>1651</sup> – eine ironische "Bibel"

<sup>1649</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 391.

<sup>1650</sup> Siehe meine allgemeine Auseinandersetzung mit dem Thema "Yuppie" in den ersten drei Teilen dieser Dissertation zum *Phänomen des Hyperkonsumismus* und die Autoren Brucoli and Layman, *AD 80s*, sowie Barbara Ehrenreich in *The Worst Years of Our Lives* als Grundlagen für diesen Eintrag.

<sup>1651</sup> Marissa Piesman and Marilee Hartley, *Yuppie Handbook: The State-Of-The Art Manual for Young Urban Professionals* (New York: Pocket Books, 1984)



fürs perfekte Yuppietum. Yuppies waren immer up to date und trieben damit die hyperkonsumistische Konsumspirale an. Neben unterschiedlichsten materiellen wie populärkulturellen Produkten wurden für die Zielgruppe "Yuppie" unter anderem auch eigene Filme produziert und ihre Lebenswelt damit kontinuierlich widergespiegelt, reproduziert und bestätigt.<sup>1652</sup> Reagans Vision eines "America filled with white picket fences"<sup>1653</sup> – die Verkörperung des amerikanischen Traums, der sich am traditionellen Familienbild der 1950er orientiert – wurde von Hollywood mittels Yuppie-Filmen propagiert.<sup>1654</sup> Die 1980er-Jahre sollten daher einen wahren Boom an Familien- bzw. Karrierefilmen verbuchen, wobei diese Filme immer nach demselben 'feel-good'-Muster gestrickt waren und ein (konservatives) Happy End hatten. Die erste Generation der Yuppies, die BabyboomerInnen der 1960er-Jahre, bildeten als Singles, junge Paare oder frisch gebackene Eltern das ideale Publikum für diese Filme. Für sie galt es, ihre Rebellion und den Idealismus der 1960er-Jahre mit dem neu gegründeten Erfolg der 1980er-Jahre zu vereinen. Aus diesem Grund suggerierten viele Filme, dass Yuppies alles haben konnten: Wohlstand, Karriere und eine Familie.<sup>1655</sup> Genauer betrachtet jedoch waren Yuppie-Filme ideologischer Teil des stattfindenden Backlash im Feminismus: "Unabhängige" Frauen konnten zwar Karriere machen, allerdings mussten sie dafür – gemäß konservativen Moralmassstäben – ihre romantischen Gefühle bzw. ihre Familienplanung "opfern". Oder aber diese Karrierefrauen wurden als Ehebrecherinnen bzw. als Vamps gesellschaftlich abgestempelt und damit unterschwellig bestraft.<sup>1656</sup>

With Ronald Reagan in Washington, American audiences in the 1980s once again embraced traditional masculine heroes and 'regular guys'. [...] With his toothpaste-white grin and slick, well-groomed demeanor, Tom Cruise became the ultimate movie star in a decade of package film products. He was also the first young superstar whose onscreen image was more opportunist than rebellious; his characters enjoy playing the system's games, and they play to win. [...] A decade or more younger were the *Brat Pack*, all with a similar well-clothed, well-groomed, well-paid and well-housed angst.<sup>1657</sup>

Der Schauspieler Tom Cruise war das beste Beispiel für die zweite Yuppie-Generation der Babyboomers ab 1965 und wurde – gleich wie die parallel neu entstandene Literaturszene – als "*Hollywood's 'Brat Pack'*"<sup>1658</sup> bekannt. Am Ende der Dekade war Tom Cruise einer der bestverdienenden Schauspieler der USA. Bret Easton Ellis – selbst Teil des literarischen Brat Pack – lässt in *American Psycho* verschiedene Yuppie-Filmstars auftreten, um seinem Text Authentizität zu verleihen und zugleich die Oberflächlichkeit seines Erzählerprotagonisten und die jener Filme zu belegen: Bateman lebt im selben Apartmenthaus wie Tom Cruise, der wie Bateman Ray Bans, gespiegelte Sonnenbrillen, trägt. Als sich die beiden zufällig im Lift begegnen, bricht Bateman die "unangenehme" Stille und lobt Cruise für seine Filme, wobei er jedoch den Kassenschlager *Cocktail* (1988) als "Bartender" bezeichnet und dabei den Titel des Films mit der Rolle von Tom Cruise als Bartender im Film verwechselt und sich auch sonst völlig danebenbenimmt (AP 71). Michael J. Fox wiederum wurde vom Reagan unterstützten Fernsehstar zum Yuppie-Filmstar in *The Secret of My Success* 1987 und belächelt als Konsumfreak die Ideale seiner Elterngeneration. Michael J. Fox taucht im Roman auf und wird im Lokal von Batemans Ex-Freundin Bethany und ein anderes Mal von Batemans Freundin Evelyn mit jemand anderem verwechselt (AP 232, 332). Auch Patrick Swayze ist in *American Psycho* als Gast in Batemans Lieblingstalkshow eingebaut: Auf die Frage, ob Swayze zynischer geworden sei, glaubt Bateman, bei Swayze ein bisschen mehr Bitterkeit entdeckt zu haben; allerdings sei diese weniger nach *Dirty Dancing* (1987), einer bittersüßen Romanze, sichtbar geworden als vielmehr im Film *Tiger Warsaw* (1988), dem verwirrenden Melodram eines Junkies (AP 235). Die Highschool-Romanze *Pretty in Pink* (1986) dient Bateman dazu, den Typ Frau zu beschreiben, dem er über eine erzwungene Abtreibung die Illusion einer glücklichen Mutterschaft nehmen kann. In einem halluzinatorischen Anfall wiederum kreisen Batemans Gedanken immer wieder um die Schauspielerin Jami Gertz (AP 80), deren Popularität er in einem Videoshop testet und erkennen muss, dass sie dort nicht bekannt ist (AP 112–13). Jami Gertz spielt auch in der am Mainstream orientierten Filmadaption von *Less Than Zero* mit. Einen weiteren Hinweis auf seinen Erstlingsroman und Bestseller *Less Than Zero* baut der Autor Ellis beim Abendessen Patrick Batemans mit seiner Sekretärin Jean ein: "[Jean]'s talking about a new novel she's been reading by some young author—its cover, I've seen, slathered with neon; its subject, lofty suffering." (AP 262) Alle diese Hinweise zeigen mit dem "Recycling" der Figuren in *American Psycho* wiederum auch deren

<sup>1652</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 79 f. Siehe auch Dean McWilliams, "American Film Production in the 1980s," *Constructing the Eighties*, Eds. Walter Grünzweig, Roberta Maierhofer, and Adi Wimmer (Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1992): 97–109.

<sup>1653</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 78.

<sup>1654</sup> Ebda., 78 f.

<sup>1655</sup> Ebda.

<sup>1656</sup> Vgl. hierzu Susan Faludis Auseinandersetzung in *Backlash: The Undeclared War Against American Women* (New York: Vintage, 1992)

<sup>1657</sup> Brucoli and Layman, *AD 80s*, 75.

<sup>1658</sup> Blum, 41.

Vermarktung in den 1980er-Jahren durch den Autor Ellis selbst. Die Generation der Yuppies war als Gesellschaftsphänomen der 1980er-Jahre für die Reagansche Rhetorik insofern besonders empfänglich, als diese mit der Gleichsetzung des amerikanischen "Rechts des Einzelnen auf ein gutes Leben" mit dem "Recht des Einzelnen auf alles, was neu, hip und Aufstieg bzw Status symbolisierte" einen hyperkonsumistischen Lebensstil kontinuierlich rechtfertigte und damit den von einer analogen in eine digitale Welt stattfindenden Umbruch in den 1980er-Jahren maßgeblich unterstützte. Siehe "Yuppie" in *Teil I zum Hyperkonsumismus* und *REAGAN, RONALD*

### **Yuppie Scum**

Ein englischer Ausdruck, auf Deutsch "Yuppie-Abfall". Das Schimpfwort wurde Mitte/Ende der 1980er-Jahre mit dem Bekanntwerden verschiedener Finanzskandale an der Wall Street populär.

### **Yves Saint-Laurent Rive Gauche**

Eine 1966 vom französischen Modeschöpfer Yves Saint-Laurent (\* 1936, † 2008) mit Geschäftspartnern kreierte Prêt-à-Porter-Marke für elegante und bequeme Mode, welche erstmals Alltagsbekleidung und Haut Couture vereinte. Der 1936 in Algerien geborene und mit 17 Jahren nach Paris ausgewanderte Yves Saint-Laurent galt als Meister der (französischen) Modekunst. Bereits mit einundzwanzig wurde das junge Modegenie Nachfolger von Christian Dior und damit der jüngste Modeschöpfer der Welt. Nach einem unerwarteten Militärdienst gründete Laurent zusammen mit Pierre Bergé sein eigenes Modehaus. Inspiriert von großen Malern wie beispielsweise Andy Warhol und Picasso vermochte Laurent mit seinen transparenten Stoffen immer wieder Skandale auszulösen. 1983 wurde der Mann mit der markanten Brille mit einer Ausstellung im New Yorker Metropolitan Museum geehrt und 1985 von Francois Mitterrand in den Adelsstand der Ehrenlegion aufgenommen. 1999 kauft Gucci das Unternehmen von YSL, das später auch Herrenmode, Haute Couture, Schmuck, Accessoires, Parfüms & Pelze umfasst. Mit 65 Jahren zieht sich Yves Saint-Laurent offiziell aus der Modewelt zurück. Siehe *Christian Dior; Pour Homme* und *MODE in den 1980ern*

## **Z**

### **Zabar**

Ein 1934 gegründeter Gourmetladen und eine historische Sehenswürdigkeit am Broadway an der Upper West Side in New York City mit einer großen Auswahl an regionalen amerikanischen und ausländischen Lebensmitteln, neuen Küchengeräten und Haushaltswaren sowie ausgefallenen Gourmetgeschenken. Gegründet von Louis Zabar, war das Spezialitätengeschäft in den 1980er-Jahren Vorzeigeadresse Nr. 1 für alles, was "frisch, neu und aufregend in der kulinarischen Welt" (Slogan) war. Siehe *SHOPPING*

### **Zagat's**

Ein weltweit bekannter und jedes Jahr neu erscheinender Restaurantführer, *Zagat Guide*, der zunächst nur über New York Citys Restaurantszene berichtete, dann über weitere Städte in den USA und später weltweit. Das rote Büchlein im Taschenbuchformat dürfte bei den Yuppies der 1980er-Jahre fast den Stellenwert innegehabt haben, den Maos rotes Büchlein in den 1960er-Jahren bei der Anhängerschaft einer kommunistischen Ideologie besaß. 1987 besprach Zagat 740 Restaurants in New York; 1988 wurden 200.000 Exemplare verkauft. Der Restaurantführer geht auf Tim und Nina Zagat zurück und bestand bei seiner Einführung 1978 nur aus einem einzigen Blatt. Siehe *RESTAURANT-SZENE NEW YORK*

### **Zanzarra**

Eine US-Marke für exklusive handgefertigte Herrenkrawatten. Siehe *MODE in den 1980ern*

### **Zeckendorf Towers**

Ein 26-stöckiger Wohnkomplex mit vier Türmen an der Ostseite des New Yorker Union Square und früherer Standort des traditionellen S. Klein Kaufhauses mit Diskontpreisen. Diese 1987 vom "Immobilienimperium" der Familie Zeckendorf fertiggestellten Wohntürme galten als eines der wichtigsten Bauprojekte der 1980er-Jahre. Sie leiteten – gleich wie der von Zeckendorf errichtete

Columbia-Wohnkomplex am Broadway – die “Sanierung” des Flatiron-Bezirktes ein, der sich – gleich wie andere Wohnviertel in Manhattan – gentrifiziert in eine schicke Gegend verwandeln sollte.

### **Zero coupon**

Ein “Zero-coupon bond”, auf Deutsch eine “Nullkuponanleihe”, ist ein verzinsliches Wertpapier, das nur einmal Zinsen abwirft, und zwar am Ende seiner Laufzeit. Der Anleger bzw. die Anlegerin “gewinnt” die Differenz zwischen dem Erwerbkurs des Wertpapiers und seinem Rückzahlungs- oder Verkaufspreis.

### **Zirconia Lady**

Ein Hinweis auf Schmuck für die (Zielgruppe) Frau aus Zirkonoxid, das als Diamantenimitation genutzt wird.

### **Zona**

Ein Geschäft in SoHo, New York City, das Dekorations- und Einrichtungsgegenstände aus dem Südwesten Amerikas vertreibt.

### **Zydeco**

Ein auf dem Akkordeon basierendes Musikgenre der farbigen kreolischen US-amerikanischen Bevölkerung aus dem Zentrum und Südwesten von Louisiana mit Elementen der Cajun-Musik. Der Begriff “zydeco” kommt vom französischen Ausdruck für Bohnen “les haricots” und lässt sich etymologisch auf die kreolische Ausdrucksweise “Les haricots sont pas salés” (auf Deutsch: “Die Bohnen sind nicht gesalzen”) für schwere (ökonomische) Zeiten zurückführen, wo das gesalzene Fleisch fehlte, um die Bohnen im Gericht zu würzen. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde Zydeco-Musik US-weit bekannt. In den 1980er-Jahren wurde mit der Bewerbung von Louisiana als Feriendestination für Yuppies und mit der Eröffnung von Restaurants mit Louisiana-Küche Zydeco-Musik gehypt und, mit Elementen von Soul-, Disco-, Rap- und Reggae-Musik versehen, in Filmen, Fernsehshows und Werbespots auch in englischer Sprache kommerzialisiert.

Siehe *Texarkana* und *MUSIK in den 1980ern*

## Alphabetischer Index

### A

A. Testoni  
Abetone  
Absolut  
Acacia chardonnay  
Accuphase  
Acid  
ACLU  
Acme  
Adidas  
Adrienne Landau  
Advil  
Aerobics  
Agnès B.  
AIDS  
AIDS und HOMOPHOBIE\*  
Air Jamaica  
Aiwa  
AK-47  
Akai  
Akers, John  
Akita  
Alain Mikli  
Alan Flusser  
Alex Goes to Camp  
Alexander Julian  
ALF  
All We Need of Hell  
All-Bran  
Allen, Woody  
Allen-Edmonds  
Allsop Inc.  
ALM  
Alpenwasser, Allgäuer  
Alzheimer  
AM  
American Airlines  
American Express (AmEx)  
American Felt Building  
American Music Awards  
Amstel Light  
Anderson & Sheppard  
Andover  
Andra Gabrielle  
Andrea da Merano  
Andrew Fezza  
Angela Cummings  
Anne Klein  
Anorexia  
Antaeus  
AR-15  
Aramis  
Arcadia  
Arista Records  
Arizona 206  
Armani, Giorgio

Art of the Deal, The  
Arugula  
ASAP  
Ascot Chang  
Ashear Bros.  
Aspen  
Aspirin  
Astor, Brooke  
AT&T Building (2)  
Atlanta  
Atlantic Records  
Atlantis  
Au Bar  
Aubert, Patrick  
Aubusson  
Autism  
AUTO\*  
Aviator  
Aykroyd, Dan

### B

Babar  
Baccarat  
Back to the Future  
Bahamas  
Bahamasair  
Baker, James A.  
Baker Benjes  
Baldwin  
Balsamic vinegar  
Banana Splits, The  
Barbados  
Barker, Robert  
Barnes & Noble  
Barneys New York  
Baseball  
Basile  
Bat Time, Bat Channel  
Batman  
Bausch & Lomb  
“Be My Baby”  
Beach Boys, The  
Beatles, The  
Beauty and the Beast  
Beefeater  
Beiderbecke, Bix  
Bell South  
Bellini  
Beluga caviar  
Belvest  
Ben & Jerry’s  
Benetton  
Ben-Gay  
Bergdorf Goodman  
Beta SP

Betsey Johnson  
BIC  
Bice  
Big Mac  
Bigfoot  
Bijan  
Bill Blass  
Bill Kaiserman  
Bill Robinson  
Billboard Magazine  
Bishop, Stephen  
Bistro Florent  
Black & Decker  
Black Forest  
Blaupunkt  
Blondie  
Bloody Mary  
Bloomingdale’s  
BMW  
Body Double  
Bodybuilding  
Boeing Company, The  
Boesky, Ivan  
Bolivian Marching Powder  
Bollinger  
Bon Jovi  
Bonito  
Bono  
Bonwit’s  
Boohoo  
Boone, Carole  
Borscht  
Bosca  
Bosco  
Boston Strangler, The  
Bottega Veneta  
Bouley  
Boy next door, The  
Boyer, Bruce  
Bozo  
Breil  
Brie  
“Brilliant Disguise”  
Broadway  
Brooks Brothers  
Bruschetta  
Budweiser  
Bundy, Ted  
Burberry  
Burrito  
Bush, George  
Butterfield, Paul  
Buttermilk Mountain  
BWIA

**C**

Cable TV  
 Café des Artists  
 Café Luxembourg  
 Calera Jensen pinot noir  
 California roll  
 Calistoga  
 Calvin Klein  
 Camcorder  
 Camden College  
 Canadian Spring  
 Canal Bar  
 Canali Milano  
 Captain Lou Albano  
 Caribbean  
 Carlisle, Belinda  
 Carlyle, The  
 Carolina Herrera  
 Carter, Nell  
 Cartier  
 Carver  
 Cashmere  
 Casio  
 Castellini  
 Caswell-Massey  
 Cat Club  
 Cayman Airways  
 CBS  
 CCD  
 CD  
 "Centerfold"  
 Central Park  
 CEO  
 Cepacol  
 Ceralene  
 Cerruti 1881  
 Certs  
 Challenger  
 Chambers, Robert Jr.  
 Chanel  
 Chapman, Mike  
 Chappellet chardonnay  
 Chaps (2)  
 Charivari  
 Charvet  
 Chase Manhattan (2)  
 Chassagne-Montrachet  
 Chateau Margaux  
 Cheerio  
 Chelsea  
 Chemical Bank  
 Cher  
 "Cherish"  
 Chernobyl  
 Chinn, Nicky  
 Chlamydia  
 Choate Rosmary Hall  
 Chow, Tina  
 Chow-Chow

Christian Dior  
 Christian Lacroix  
 Christie, Lou  
 Christine Van Der Hurd  
 Christofle  
 Chrysalis Records  
 Chrysler Building  
 Cinemax  
 Cineplex Odeon  
 Citibank  
 City Hall  
 Claiborne  
 Claridge's  
 Clash, The  
 Claude Montana  
 Clemons, Clarence  
 Clinique  
 Clonopin  
 Club soda  
 CNN  
 Coach Leatherware  
 Cocaine  
 Cocktail  
 Coke  
 Cold Springs  
 Cole, Nat 'King'  
 Cole-Haan  
 Colla, Johnny  
 Collie  
 Collins, Phil  
 Columbia University  
 Comme des Garçons  
 COMPUTER\*  
 Condom  
 Conran's  
 Constable, John  
 Cookie Monster, The  
 Cordially Yours  
 Cornell Club-New York, The  
 Corona  
 Correggiari, Giorgio  
 Cosby Show, The  
 Costello, Elvis  
 Counterlife, The  
 Courrèges  
 Crabtree & Evelyn  
 Crack  
 Crane's  
 Crawford, Cindy  
 Creed, Linda  
 Cremina  
 Cristal  
 Crombie  
 Cross  
 Cross, Christopher  
 Cruise, Tom  
 Crystals, The  
 Cuisinart  
 Cunningham, Richard

**D**

D. F. Sanders  
 D' Agostino  
 Da Umberto  
 Daily News  
 Dakota Building  
 Daley, Roger  
 Dalmane  
 Dalmatian  
 Dalton School, The  
 "Dancing in the Street"  
 David Onica  
 David's Cookies  
 Davies, Jem  
 Davis, Leonard  
 Davis, Miles  
 "Day in the life, A"  
 Dean & DeLuca  
 Decaf espresso / herbal tea  
 Deerfield Academy  
 Deli, Second Avenue Kosher  
 Delmonico's  
 DeRigueur by Schoeneman  
 Desyre  
 "Devil Inside"  
 Dick Loudon's Stratford Inn  
 Did anyone know cavemen  
 got more fiber than we get?  
 Diet Coke  
 Diet Pepsi  
 Dimitri, Piero  
 Dirty Dancing  
 Dixie beer  
 Dobermann  
 Doctor Zhivago  
 Documentary on abortions  
 Dolby Pro Logic  
 Dolce & Gabbana  
 Donahue, Phil  
 Donna Karan  
 Donner Party  
 "Don't Worry Baby"  
 "Don't Worry, Be Happy"  
 Dove Bar  
 Down Under Springs  
 Drakkar Noir  
 Dreidel  
 Drexel Burnham Lambert  
 Driller Killer, The  
 DROGEN\*  
 Dumpster  
 Dunhill  
 Dunkin' Donuts  
 Duntech  
 Duplex, The  
 DuPont  
 Durgin  
 Dwarf Tossing  
 Dylan, Bob

## E

Eagles  
Earth, Wind & Fire  
East Hampton  
East Village  
Eastern Airlines  
Economist, The  
Ecstasy  
Edgartown  
Edge of the Icepack  
Edge, The  
Edward Sexton  
EG Smith  
Eggnog  
Elan  
Elavil  
Elite Model Management  
Elizabeth Arden  
Ellis Island  
Empire State Building  
Emporio  
Epi Leather  
Éponine  
Ermenegildo Zegna  
ESOP  
Esquire  
Etro umbrella  
Eugenio Venanzi  
Evian  
Exeter

## F

F.A.O. Schwarz  
Fabergé  
Fair Isle  
“Faith”  
FAME magazine  
Farewell to Arms, A  
Farrell, Robert  
Farsi  
Fatal Vision  
Faulkner, William  
FDA  
Feathered Nest  
Federal Express  
Fendi  
Ferragamo  
Fiddler on the Roof  
Filofax  
Financial Times  
Finlandia  
Fioravanti, William  
Fiorucci  
First Boston  
Fischl, Eric  
Flamingo East  
Flatiron District

Flutie's, Pier 17  
FM  
Foltène  
Fonti di Crodo  
Forbes, Malcolm  
Fortune  
Fortune cookie  
Fortunoff  
Foster's  
Four Seasons, The (2)  
Fox, Michael J.  
Fratelli Rossetti  
Friday the 13th: part 7  
Frozfruit  
Frusen Glädjé  
Fusilli  
Futon  
FYI

## G

Gabel, Sukhreet  
Gacy, John Wayne  
Garfield  
Garrick Anderson  
Gatorade  
Gay and Lesbian Parade  
Gazpacho  
Gein, Ed  
Gekko  
Genesis  
GENTRIFICATION  
(Luxussanierung)\*  
Geoffrey Beene  
George Marciano  
Georges Gaspar  
Georgette Klinger  
Georgia twang  
Gerard E. Yosca  
German Shepherd  
Gertz, Jami  
Ghost  
Gian Marco Venturi  
Gianfranco Ferré  
Gieves & Hawkes  
Gillespie, Dizzy  
Ginger Ale  
Giorgio Sant'Angelo  
Gitano Jeans  
Gitman Brothers  
Givenchy  
Givenchy Gentlemen  
Gizmo  
Glasnost  
Glenfiddich  
GNP  
Go-Go's, The  
Godiva  
Goldman Sachs

Gorbachev, Mikhail  
Gorham  
Gotham Bar & Grill, The  
Gourmet  
GQ  
Gramercy Park  
Grammy Awards  
Grand Central Oyster Bar &  
Restaurant, The  
Gravitron  
Gray's Papaya  
Greenwich Village  
Grey Flannel  
Grey Poupon  
Grinch, The  
Gristede's  
Grolsch  
Groton School  
Groucho Club  
Guacamole  
Gucci  
Gund  
Guns N' Roses  
Gutfreund, John

## H

H. R. Pufnstuf  
H. Stern Jewellers  
H<sub>2</sub>O  
Häagen-Dazs  
Habitrail  
Hackett of London  
Haiku  
Halcion  
Hall, Jerry  
Hall, Robert  
Halloween Parade, New York  
Village  
Halogen lamp  
Hamilton  
Hamilton, George  
Hamilton, Nancy and Charles  
Hammacher Schlemmer  
Hampden-Sydney College  
Hamptons, The  
Hanukkah  
Harding, Jeff  
“Hark The Herald Angels  
sing!”  
Harlem  
Harrison, Ronald  
Harry Winston  
Harry's  
Harvard Club of NYC, The  
Harvard University  
Hash browns  
Hastings Pavement

Hawaii  
HBO  
HDTV  
"Heaven Is a Place on Earth"  
Hefty  
Heineken  
Hell's Kitchen  
Helmsly, Leona  
Hemingway, Ernest  
Hendricks, Ricky  
Henri Bendel  
Herman, Stephanie  
Hermès  
Heroine  
Hershey's  
High Noon  
Hillside Strangler  
"Hip to be Square"  
Hoffmann, Josef  
Home Shopping Club  
HOMELESSNESS\*  
Hope, Bob  
Hornsby, Bruce  
Hostile takeover  
Hotchkiss College  
Houston, Whitney  
How to Keep a Man in Love  
With You--Forever  
How to Make a Man Fall in  
Love With You  
Hubert des Forges  
Huberts  
Huey Lewis and The News  
Hugo Boss  
HUNDE\*  
150 Wooster Street  
Hunter College  
Huxtable, Heathcliff

## I

"I Feel Free"  
"I imagine a hole, widening in  
the sun"  
IBM  
ICM PC  
"If I were a rich man"  
Ike Behar  
IMF  
Indochine  
Infinity IRS V  
Infrared remote control  
Insider trading  
Interplak  
Interwoven Socks  
INXS  
Iowa  
IPO  
Iran-Contra Affair

Ivy League

## J

J & B  
J. Crew  
J. Geils Band  
J.P. Morgan  
Jackie O.  
Jack-o-lantern  
Jackson, Janet  
Jackson, Jermaine  
Jackson, Michael  
Jacuzzi  
Jagger, Mick  
Jalapeño  
Jambalaya  
James Galanos  
James Robinson Inc.  
Jams  
JAPAN\*  
Japanese, Chinese or Asian  
pear  
Jean Paul Gaultier  
Jell-O  
Jellybean Benitez  
Jenny B. Goode  
Jeopardy!  
Jetsons, The  
JFK  
JFK International Airport  
Jicama  
Jill Stuart  
Joel, Billy  
Jordan Winery  
José & Maria Barrera  
Joseph Abboud  
"Joy to the world"  
Juanita's  
Junk bonds  
"Just Another Night"  
"Just say no"

## K

K-Swiss  
Kaposi's sarcoma  
Karaoke  
Karl Lagerfeld  
Kashif  
Keillor, Garrison  
Keiser  
Kellogg School, The  
Kelly, Patrick  
Kennedy, Charles J.  
Kennedy, Laurie  
Kenny G

Kent, G. B. & Sons  
Kent School  
Kentshire Galleries  
Kentucky Derby  
Kenwood  
Kenzo  
Key West  
Kidder Peabody & Co Inc.  
Kieselstein-Cord, Barry  
Kir  
Kirin  
Kleenex  
Knickerbocker Club  
KÖRPERKULT\*  
Koos Van Den Akker  
Korbel  
Kostabi, Mark  
Kott, Jerry  
Kramer, Jim  
Krizia  
KULTUR\*  
KUNST\*

## L

L. F. Rothschild & Company  
La Côte Basque  
Labor Day  
Lafont Paris  
Lamborghini Countach  
Lampert, Edward  
Lanolin cream  
Lassie  
Late Night with David  
Letterman  
Latkes  
Laura Ashley  
Lawrenceville School  
Lazard  
LBO  
LD  
Le Bernardin  
Le Cirque  
Le Cygne  
Le Madri  
Le Relais  
Le Rosey College  
Leatherface  
Lego  
Lehman Brothers  
Leibovitz, Annie  
Leigh, Janet  
Leonard, Elmore  
Letterman, David  
Leveraged buyout (LBO)  
LIAT  
Liberty Island  
Librium  
Libya

Lidsville  
"Life In The Fast Lane"  
"Life is a mystery, everyone  
must stand alone"  
Lifecycle  
"Lightnin' Strikes"  
Listerine  
Lithium  
Loafers  
Loeb, Alex M.  
Lord & Taylor  
Los Angeles  
Lotus  
"Louie, Louie"  
Louis Boston  
Louis Dell'Olio  
Louis XVI style  
Louis Vuitton  
Love Connection  
Lovin' Spoonful, The  
Lower East Side  
LSD  
Lubiam  
Lubriderm  
Luc Benoît  
Lucas Tanner  
Luciano Barbera  
Luciano Soprani  
Luke's Bar & Grill  
Lutèce  
Lycra

## M

M. K.  
Macclesfield  
Mace  
MacNeil/Lehrer Report  
Macy's  
Madison Avenue  
Madonna  
Maggie!  
Mahi-mahi  
Manhattan (2)  
Manhattan Steamroller  
Manhattan Transfer  
Mannheim Steamroller  
Manolo Blahnik  
Manson, Charles  
Mantiques  
Marcus, Eric  
Mariachi  
Marijuana  
Mario Portolano  
Mario Valentino  
Marlboro  
Marlin Mirrors  
Marolakos, Laura  
Mars

Martin Dingman  
Martini  
Marx, Richard  
Mason, Jackie  
MASSENMEIDIEN\*  
Masser, Michael  
Matisse, Henri  
Matsuda  
Maud Frizon  
Mauna Kea  
Mays  
McCoy, Sherman  
McDonald's  
McFerrin, Bobby  
McGinniss, Joe  
McGlenn, Evan  
McManus, Tony  
MDP  
Meadowlands  
Megadeth  
Melior  
Melrose  
Memorial Day Sale  
Menorah  
Mergers  
Merit Ultra Light  
Mets, The New York  
Michael, George  
Michael Kors  
Michael's  
Michelob  
Midtown  
Mike + The Mechanics  
Milbank, Tweed, Hadley &  
McCloy  
Milken, Michael  
Miller, Bryan  
Milli Vanilli  
Milton Academy  
Minimalist art  
Minolta  
Minox  
Minoxidil  
Misérables, Les  
Miss Manners  
Missoni  
Mitsubishi Electric Corp.  
MODE\*  
Mondrian  
Money magazine  
Montblanc  
Montclair  
Moore, Anne  
Moretti  
Morgan Stanley  
Morris, Lee Robert  
Mortimer's  
Motown hits  
MTS decoding  
MTV

Multiple personality  
Murphy, Charles  
Murphy Brown  
MUSIK\*  
Mussel sausage  
Muzak  
Myrène de Prémonville

## N

Nakajima, Kenkichi  
Namibia  
Nation, The  
Nautilus  
NEC  
Nekenieh  
Nell's  
Neutrogena  
New Age  
New Jersey  
New Orleans  
"New Sensation"  
New York  
New York City  
New York magazine  
New York Post  
New York Times, The  
New York University  
New York Yacht Club, The  
Newport  
Nicolosi, Vincent  
Nightmare on Elm Street, A  
Nike  
976-BIMBO  
976-TWAT  
Noguchi, Isamu  
NoHo  
Norma Kamali  
North, Oliver  
Nowhere, The Big  
Nuprin  
NutraSweet

## O

"O Come All Ye Faithful"  
"O Tannenbaum"  
Obsession  
Odeon  
Oliver Peoples  
Olympic divers  
Oppenheimer  
Orso  
Oscar De La Renta



## P

Pachachi, Reema  
Pachelbel's Canon  
Paco Rabanne  
Padgham, Hugh  
Pago Pago  
Palazzetti  
Palio  
Palladium  
Palm Beach  
Pan Am  
Panasonic Easa-Phone  
Park Avenue  
Parliament  
Parnate  
"Party All the Time"  
Pastels Club  
Patiky Stein, Frances  
Paul Sebastian  
Paul Smith  
Paul Stuart  
Peace of Assisi  
Pearl Bailey  
Pepsi-Cola  
Perrier  
Perrier-Jouët  
Perry, Richard  
Perry Ellis  
Persian lamb  
Persol  
Petaluma  
Peterson, Donald E.  
Peyote  
Philippines, The  
Phoenix  
Picasso, Paloma  
Pickens, T. Boone Jr.  
Pierce, Samuel R. Jr.  
Pierce & Pierce  
Pierre, The  
Pierre Cardin  
PiK  
Pilsner Urquell  
Pine Manor College  
Pioneer  
Platoon  
Plax  
Playboy  
Plaza Athénée, Hotel  
Poinsettia  
Poland Springs  
Polo  
Ponti, Gio  
Pooncakes  
Pop, Iggy  
PORNOGRAFIE\*  
Porsche  
Port  
Post

Pottery Barn  
Pouille Fuissé  
Pour Homme  
POV  
Powell, Clive (2)  
PR  
Prada  
Prechter, Robert  
Preppy  
Presley, Elvis  
Pretty in Pink  
Pretzel  
Prince  
Princess Di  
Princeton Club of NYC, The  
Pringles Potato Chips  
ProBright  
Propheteers, The  
Psycho  
Puck, Wolfgang  
Puck Building  
"Pump up the Volume"

## Q

Q. T. Instatan  
Quaalude  
Quayle, Dan  
Qubol  
Queens College (2)  
Quesadilla  
Quilted Giraffe, The

## R

Racquet Club, New York  
Radcliffe College  
Radio City Music Hall  
Rainbow Neckwear  
Rainbow Room, The  
Ralph Lauren  
Rambo  
Ramlösa  
Range Rover  
Rap  
Raw Space  
Ray Ban  
Reagan, Nancy  
REAGAN, RONALD\*  
- Kurzabriss seiner Amtszeit  
- The Great Communicator  
- *Reagonomics*  
- *Reaganism*  
Red, Hot & Blue  
Redaelli  
Redken  
Reebok

Reeves, George  
Regency, The  
Reggae  
Rembrandt  
"Respect Yourself"  
RESTAURANT-SZENE NEW  
YORK\*  
Restless and Young  
Return of Bruno, The  
Rex (2)  
Rhodes, Walter  
Richel  
Ricotta  
River Café  
Rivera, Geraldo  
Rolex  
Rolling Stone magazine  
Rolling Stones, The  
Rollins College  
Rolodex  
Roman Holiday  
Ronettes, The  
Rose, Axl  
Royalton, The  
Rubell, Steve  
Rudolph, Blitzen, Donner  
Ruger Mini-14  
Russian Tea Room, The  
Rusty's

## S

Sade  
Saint Paul's College  
Sake  
Saks Fifth Avenue  
Salomon Brothers  
Salton  
Salvation Army  
San Francisco  
San Juan  
San Pellegrino  
Sansui  
Santa Fe Grill Restaurant  
Sarah Lawrence College  
Sartre, Jean-Paul  
Sashimi  
Savile Row  
Savoy  
Savoy Taylors Guild  
Scaasi, Arnold  
Scali  
Scharffenberger  
Schat  
Schnabel, Julian  
SCHÖNHEITSWAHN\*  
Schrager, Ian  
Schwinn  
Scooby-Doo

Sea Breeze  
Seaport, South Street  
Secret of My Succe\$s, The  
SELBSTENTFREMDUNG\*  
SELBSTHILFE-BOOM\*  
Seltzer  
Senscience  
Sergio Valente  
SERIENMORD\*  
Seven Sisters  
SEX and VIOLENCE\*  
Shamask, Ronaldus  
Shar-Pei  
Sharp  
Shepard, Sam  
Sherman, Cindy  
Shiatsu massage  
Shirelles, The  
Shlomo  
SHOPPING\*  
Shout  
Sidonie Larizzi  
Sigmund and the Sea  
Monsters  
Silent Night  
Silkience  
Simon, Carly  
Simpson, Jayne  
Sinatra, Frank  
Smiley  
Smith & Wollensky  
Snuff-Film  
Snyder, Jimmy  
Sofia's  
Sohat  
SoHo  
Soldier of Fortune  
Sominox  
Son of Sam  
Sony  
Sotheby's  
Sottsass, Ettore  
South Hampton  
Spago  
Sparcal  
Spiros  
Splash Bar  
Sports Illustrated  
SPRACHE\*  
Springsteen, Bruce  
Spuds McKenzie  
Sri Lanka  
Sri Lanka Club  
St. Albans  
St. Barts'  
StairMaster  
Stallone, Sylvester  
Stanbury&Kilgour, French  
Stanford University  
Stanhope, The

Starck, Philippe-Patrick  
Steinberg, Saul  
Stella, Frank  
Stephen Dweck  
Stephen Sprouse  
Stephens College  
Steuben Glass Works  
Sting  
Stoli  
Stubbs, George  
Studio 000.1 by Ferré  
Styrofoam  
Sunday Times, The  
Sunmakers  
Superdeluxe  
Susan Bennis/Warren  
Edwards  
Sushi  
SWAT  
Swayze, Patrick  
Sweet Briar College  
Sweet'N Low  
"Sympathy for The Devil"

## T

T. Anthony  
Taffetas, The  
TAG Heuer  
"Take Five"  
Talking Heads  
TALKSHOW\*  
Tandoori chicken  
Tapas  
Tavern on the Green  
TDK  
TECHNOLOGIE-  
FETISCHISMUS\*  
Tempura  
Ten-X  
Tensor  
Texarkana  
Texas  
Texas Chain Saw Massacre,  
The  
The Limited  
"The Lion Sleeps Tonight"  
"Then He Kissed Me"  
"There's a place for us,  
Somewhere a place for us"  
Thierry Mugler  
.38 Magnum  
Thirtysomething  
3-D  
.357 Magnum  
Threepenny Opera  
Threshold  
Thunderbird

Tiger Warsaw  
TIME magazine  
Times, The  
Tisch, Lawrence A.  
Tofu  
Tofutti  
Toolbox Murders, The  
Top Gun  
Top-Siders  
Tortilla  
Toshiba  
Tower Records  
Towers, Edward (2)  
Traveling Wilburys  
Tretorn  
Trianon  
TriBeCa  
Trivial Pursuit  
Trump, Donald  
Trump, Ivana  
Trump Plaza  
Trump Tower  
TUMI  
Tunnel, The  
Turtles, The  
Tuscany Per Uomo  
TV  
21 Club

## U

UCLA  
UFO  
Ungaro  
Union Square  
Union Square Café  
Universal  
University of Pennsylvania  
Unsafe sex  
Upper East Side  
Upper West Side  
USA Today  
U2  
UV-A  
Uzi

## V

Valentino Couture  
Valium  
Valli, Frankie  
Vanity Fair  
Varda  
Vaseline  
Vassar College  
VCR  
Vermont Technical College  
Versace, Gianni

Vertical Club  
VHS  
Vicuña  
Vidal Sasson  
Video Haven  
Video Visions (2)  
Videonics Inc.  
VIP  
Virginia Hunt Country  
Visine Tears  
Vittel  
Vivagen  
Vivaldi, Antonio  
Vogue  
Volvo

## W

W Magazine  
WAFFEN\*  
Walden, Narada Michael  
Waldorf salad  
Walkman  
Wall Street  
Wall Street Journal  
“Wanted Dead or Alive”  
Warren, Edwards  
Wasabi  
Washington, D.C.  
Washington Post, The  
Wayfarer

Weekender Club, Eastern  
Wendy Gell  
West Village  
Wharton School, The  
Wheel of Fortune  
“When the moon hits your  
eye, like a big pizza pie, that’s  
amore”  
“Where the Streets Have No  
Name”  
“White Rabbit”  
White Rock  
Wilkes Bashford  
Williams, Hank  
Willis, Bruce  
Wilton  
Windsor knot  
Wine cooler  
Winfrey, Oprah  
Wittenborn, Rainer  
Wok  
World’s End (2)  
“Worst that Could Happen”  
Wright, Frank Lloyd  
Wurlitzer Jukebox  
WWD magazine  
WYNN

## X

Xanax

Xerox  
Xeryus

## Y

Yabba-dabba-do  
Yale Club of NYC, The  
Yamaha  
Yellowtail  
“You Can’t Always Get What  
You Want”  
Young Republicans  
YUPPIE\*  
Yuppie Scum  
Yves Saint-Laurent Rive  
Gauche

## Z

Zabar  
Zagat’s  
Zanzarra  
Zeckendorf Towers  
Zero coupon  
Zirconia Lady  
Zona  
Zydeco

## Übersicht zu Schwerpunktthemen

|   |     |
|---|-----|
| <b>AIDS und HOMOPHOBIE:</b> Neue soziale Schlagwörter in den 1980er-Jahren                        | 262 |
| <b>AUTO in den 1980er-Jahren:</b> Ausländische Produktionsunternehmen erobern den US-Markt        | 271 |
| <b>COMPUTER in den 1980er-Jahren:</b> Eroberung der Haushalte und Beginn der digitalen Revolution | 296 |
| <b>DROGEN in den 1980er-Jahren:</b> Der schnelle Kick!  | 307 |
| <b>GENTRIFICATION (LUXUSSANIERUNG):</b> Die Werkhalle wird zum Loft in den 1980er-Jahren          | 321 |
| <b>HOMELESSNESS:</b> Die andere Seite des Wohlstands in den 1980er-Jahren                         | 338 |
| <b>HUNDE in den 1980er-Jahren:</b> Vom besten Freund des Menschen zum Statussymbol                | 341 |
| <b>JAPAN:</b> Der wirtschaftliche Einfluss in den USA wird spürbar in den 1980er-Jahren           | 348 |
| <b>KÖRPERKULT in den 1980er-Jahren:</b> “You can always be in better shape”                       | 355 |
| <b>KULTUR in den 1980er-Jahren:</b> Die Auseinandersetzung wird ideologisiert und polarisiert     | 358 |
| <b>KUNST in den 1980er-Jahren:</b> Kommerz prägt die Bedeutung des Werks                          | 358 |
| <b>MASSENMEDIEN in den 1980er-Jahren:</b> Vielfalt hält Einzug                                    | 373 |
| <b>MODE in den 1980er-Jahren:</b> Spiegel des Gesellschaftswandels                                | 384 |
| <b>MUSIK in den 1980er-Jahren:</b> Die Show übernimmt den Ton                                     | 390 |
| <b>PORNOGRAFIE in den 1980er-Jahren:</b> Hardcore wird massentauglich                             | 408 |
| <b>REAGAN, RONALD</b>   | 418 |
| <b>RESTAURANT-SZENE NEW YORK:</b> Geschmack wird zur Mode in den 1980er-Jahren                    | 430 |
| <b>SCHÖNHEITSWAHN:</b> Die Vermarktung der männlichen Eitelkeit beginnt in den 1980er-Jahren      | 436 |
| <b>SELBSTENTFREMDUNG:</b> Der Markt bestimmt das eigene Ich in den 1980er-Jahren                  | 437 |
| <b>SELBSTHILFE-BOOM:</b> Lebensregeln “to go” in den 1980er-Jahren                                | 439 |
| <b>SERIENMORD in den 1980er-Jahren:</b> “Glamourisierung” kranker Gewalt                          | 441 |
| <b>SEX and VIOLENCE in den 1980er-Jahren:</b> Der größte gemeinsame Publikumsenner                | 451 |
| <b>SHOPPING:</b> Das Konsumieren wird zum Lebensinhalt in den 1980er-Jahren                       | 454 |
| <b>SPRACHE in den 1980er-Jahren:</b> Hip und effizient  | 460 |
| <b>TALKSHOW in den 1980er-Jahren:</b> Das Private wird öffentlich                                 | 467 |
| <b>TECHNOLOGIE-FETISCHISMUS:</b> Versessen nach Hightech in den 1980er-Jahren                     | 475 |
| <b>WAFFEN in den 1980er-Jahren:</b> Der Drang nach Selbstjustiz wird populär                      | 489 |
| <b>YUPPIE:</b> Das Gesellschaftsphänomen der 1980er-Jahre   | 496 |

# VERZEICHNISSE

## Literaturverzeichnis

### Übersicht der Abkürzungen

#### NACHSCHLAGEWERKE

*American Decades 1960–1969* = AD 60s  
*American Decades 1970–1979* = AD 70s  
*American Decades 1980–1989* = AD 80s  
*American Chronicle: 1920–1989* = AC 80s  
*Chronik der Weltgeschichte* = CdW  
*Chronik der Technik* = CdT  
*Contemporary Authors* = CAs  
*Contemporary Literary Criticism* = CLC  
*Current Biography Yearbook* = CBY

#### BRET EASTON ELLIS-ROMANE

*American Psycho* = AP  
*Less Than Zero* = LTZ  
*Glamorama* = GL  
*The Informers* = TI  
*The Rules of Attraction* = TROA

### Primärtext:

Ellis, Bret Easton. *American Psycho*. New York: Vintage, 1991.

### Sekundärtexte:

“A Restaurant Woos a Co-op’s Residents.” *The New York Times* 11 Juni 1987: C9.

“Aber was mach ich von vier bis zwölf?” *ff* 9. Mai 2002: 35.

Abercrombie, Nicholas. “Authority and consumer society.” *The Authority of the Consumer*. Eds. Russel Keat, Nigel Whiteley and Nicholas Abercrombie . London: Routledge, 1994: 39–52.

Abert, Mathias u. a. *Die neue Weltwirtschaft*. Frankfurt a/M: Suhrkamp, 1999.

Abrahamsen, David. *Confessions of Son of Sam*. New York: Columbia University Press, 1985.

Adam, Isabelle. “Black-Eyed Boys: Why Do Western Males Of Our Time Wear Make-Up?” Dissertation University College of Durham: Stockton, 2000.

Adler, Jerry, et al. “The Year of the Yuppie.” *Newsweek* 31 December 1984: 14–24.

---. “Breaking Open the Mall.” *Newsweek* 18 April 1988: 74–75.

---. “The Killing of a Gory Novel.” *Newsweek* 26 November 1990: 85.

---. “Sweet Land Of Liberties.” *Newsweek* 10 July 1995: 9 ff.

- Adorján, Johanna. "Keine Mordspiele mehr!" *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* 11. November 2001: 25.
- Adorno, Theodor. "On Popular Music" (1941). *Studies in Philosophy and Social Sciences* 9. Eds. Bernard Rosenberg and David Manning White. New York: Free Press, 1957. 17–48.
- Aletti, Vince. "Janet Jackson's 'Nation' Under a Groove." *Rolling Stone* 19 October 1989: 81–82.
- Alighieri, Dante. *The Divine Comedy*. Translated by Geoffrey L. Bickerstet. Oxford: Shakespeare Head Press, 1965.
- Allis, Tim and Beth Austin. "'Convoy' Composer Chip Davis Traded in His 18-Wheeler for a Solo Ride on Mannheim Steamroller." *People* 19 December 1988: 147.
- Alter, Jonathan and Howard Fineman. "A Dynasty's Dilemma." *Newsweek* 29 July 2002: 22–29.
- American Psychiatric Association. *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders: DSM-III-R*. Washington, D.C., 1987. ISBN: 0890420181: 269–72.
- Amerika, Mark. "Amerika-online." *American Book Review*. 16.1 (April–May 1994): 4.
- Amerika, Mark and Lance Olson. *In Memoriam to Postmodernism*. San Diego: San Diego State University Press, 1995.
- Ames, Katrine and Maggie Malone. "Sold! The Art Auction Boom." *Newsweek* 18 April 1988: 65–72.
- Anderson, Kent. *Sympathy for the Devil*. New York: Doubleday, 1987.
- Andersen, Kurt. "Pop Goes the Culture." *Time* 16 June 1986: 69–74.
- Anderson, Michael, Frank Bechhofer, and Jonathan Gershuny. *The Social and Political Economy of the Household*. Oxford: Oxford University Press, 1994.
- Angelo, Bonnie. "Master Of His Universe." *Time* 13 February 1989: 90–92.
- Annesley, James. *Blank Fictions: Consumerism, Culture and Contemporary American Novel*. London: Pluto Press, 1998.
- Anthony, Dick and Thomas Robbins. "Spiritual Innovation and Crisis of American Civil Religion." *Religion and America*. Eds. M. Douglas and S. Tipton. Boston: Beacon Press, 1983: 229–48.
- Apple, Max. *The Propheteers*. New York: Harpercollins, 1987.
- Applegate, Nancy and Joe. "Prophet or Pornographer: An Evaluation of Black Humor in 'American Psycho'." *Notes on Contemporary Literature* 25.8 (Jan. 1995): 10–12.
- Applegate, Joe. *The Serial Killer as Postmodern Anti-Hero and Harbinger of Apocalypse in Contemporary Literature and Life*. Dissertation Florida State University, 1996. Ann Arbor: UMI, 1996.
- Apsche, Jack A. *Probing the Mind of a Serial Killer*. Yardley-Morrisville: International Information Associates, 1993.
- Arendt, Hannah. *Eichmann in Jerusalem*. München: Piper, 1986.
- Aron, Raymond. *18 lectures on industrial society*. London: Weidenfeld & Nicolson, 1967.
- Associated Press (AP). "Publisher drops novel amid outcry." *Sun-Sentinel* 17 November 1990: 3D.

---. "Forbes list proves country's richest only getting wealthier." *San Diego Union Tribune* 29 September 1997: A12.

"Atlas des 20. Jahrhunderts." *Der Standard* [Wien] 21. April 1999.

*Attorney General's Commission on Pornography: Final Report* (Washington D. C.: U.S. Department of Justice, 1986).

Auchincloss, Louis. "Brooke Astor." *New York* 25 April 1988: 70–71.

Avallone, Susan. Interview with Bret Easton Ellis. *Library Journal* 15 September 1987.

Baker, John. "Publishers Responsibility and Bret Easton Ellis." *Publishers Weekly* 30 November 1990: 7.

Baker, Ross K. "Credit Cause." *American Demographics* 9/8 (1987): 64.

Baldauf, Anette und Katharina Weingartner, Hg. *Lips Tits Hits Power*. Bozen–Wien: Folio, 1998.

Barlett, Donald L. and James B. Steele. *America: Who Stole the Dream?* Kansas City: Andrews and McMeel, 1996.

Barnet Richard J. and John Cavanagh. *Global Dreams: Imperial Corporations and the New World Order*. London: Touchstone, 1994.

Barol, Bill. "The Eighties are over." *Newsweek* 4 January 1988: 40+.

---. "The 'bad' boys and the Boss: Michael and Bruce kick off high-voltage U.S. tours." *Newsweek* 7 March 1988: 71.

*Barron's Profiles of American Colleges*. Edited by the College Division of Barron's Educational Series. New York: Barron, 1997.

Barth, John. "The Literature of Exhaustion." *The Novel Today: Contemporary Writers on Modern Fiction*. Ed. Malcolm Bradbury. Manchester: Manchester University Press, 1977. 70–83.

Barthes, Roland. *Kritik und Wahrheit*. Frankfurt a/M: Suhrkamp, 1967.

---. *Literatur oder Geschichte*. Frankfurt a/M: Suhrkamp, 1969.

Bassiry, G. R. and R. Hrair Dekmejian. "America's global companies: a leadership profile – characteristics of chief executive officers." *Business Horizons* 36.1 (Jan–Feb 1993): 47–53.

Baudrillard, Jean. *America*. London: Verso, 1988.

Baum, Patricia. "Die Stadt New York im amerikanischen Roman. Darstellung und Vergleich von vier Werken." Magisterarbeit, Universität Erlangen-Nürnberg, 1998.

Bauman, Zygmunt. *Freedom*. Philadelphia: Open University Press, 1988.

Baumeister, Roy F. *Identity: Cultural Change and the Struggle for Self*. Oxford: Oxford University Press, 1986.

Bean, Henry. "Slayground." *Los Angeles Times Book Review* 17 March 1991: 1, 5.

Beatty, Gregory Todd. *Structures of violence: Representations of Serial Murder in Postmodern America*. Dissertation U of Iowa, 2000. Ann Arbor: UMI, 2001.

- Beck, Ulrich. *Risikogesellschaft*. Frankfurt a/M: Suhrkamp, 1986.
- Beckwith, David. "What to Expect: The outlook for the Bush years" *Time* 21 November 1988: 26–30.
- Belina, Markus. *It could happen to you: The radical critique of late capitalism, yuppie conformism and existentialism in Bret Easton Ellis's novel American Psycho*. Diplomarbeit, Universität Graz, 2002.
- Bell, Daniel. *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York: Basic Books, 1976.
- Bellour, Raymond. "Neurosis, Psychosis, Perversion." *A Hitchcock Reader*. Eds. Marshall Deutelbaum and Leland Poague. Ames: Iowa State University Press, 1986. 311–31.
- Bender, Gretchen and Timothy Druckrey, eds. *Culture on the Brink: Ideologies of Technology*. Seattle: Bay Press, 1994.
- Benjamin, Walter. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Frankfurt a/M: Suhrkamp, 1963.
- Bernardino, Minnie. "Mechanical Helpers for Getting the Juicy Best of Fruits and Vegetables." *Los Angeles Times* 3 July 1986.
- . "Fruitful Innovations." *Los Angeles Times* 25 June 1987.
- Bernays, Anne. "I Don't Want to Read a Novel Passed by a Board of Good Taste." *Chronicle of Higher Education* 6 March 1991: B1, B3.
- Bernstein, Richard. "'American Psycho', Going So Far That Many Say It's Too Far." *The New York Times* 10 December 1990, late ed.: C13, C18.
- Berry, John N. III. "American Psycho Is Not the Problem." *Library Journal* (January 1991): 6.
- Bertelsmann Universalexikon*, Hg. Lexikon-Institut Bertelsmann. Gütersloh: Bertelsmann, 1996.
- Best, Steven and Douglas Kellner. *Postmodern Theory*. New York: The Guilford Press, 1991.
- Bird, Elizabeth. "Is that me, Baby? Image, Authenticity, And the Career of Bruce Springsteen." *American Studies* 35/2 (Fall 1994): 39–57.
- Birnbach, Lisa. *The Official Preppy Handbook*. New York: Workman Publishing Company, 1980.
- Bissinger, Manfred, Hg. *Merian: New York*. Hamburg: Jahreszeitenverlag, 2002.
- Blask, Falko. *Ich will Spaß!* München: Heyne, 1996.
- Block, Adam. "Pure Bono." (Interview) *Mother Jones* 14.4 May 1989: 32+.
- Bloom, Allan. *The Closing of the American Mind: How Higher Education Has Failed Democracy and Impoverished the Soul of Today's Students*. New York: Simon & Schuster, 1987.
- Bloom, Paul N. and Stephen A. Greyser. "The Maturing of Consumerism." *Harvard Business Review* 59, no. 6 (1981): 130–39.
- Blum, David. "Hollywood's Brat Pack." *New York* 10 June 1985: 40–47.
- . "Couch Potatoes." *New York* 20 July 1987: 24+.
- Bly, Robert. *Die kindliche Gesellschaft: über die Weigerung, erwachsen zu werden*. München: Kindler, 1997.



Bock, Irmgard. "Pädagogische Anthropologie." In *Pädagogik – Handbuch für Studium und Praxis*. Hg. Leo Roth. München: Ehrenwirth, 1991. 99–108.

Bodmer, Marc. "Nur für Hartgesottene." *Extra Cash* 4. April 1997: 71.

Bonk, Mary Rose and Regie A. Carlton, eds. *Acronyms, Initialisms & Abbreviations Dictionary*. 3 vols. Detroit: Gale Research, 1997.

Bordman, Gerald. *American Musical Theater*. New York: Oxford University Press, 1992.

Bordwell, David. *Making Meaning: inference and rhetoric in the interpretation of cinema*. Cambridge: Harvard University Press, 1989.

Bourdieu, Pierre. *Über das Fernsehen*. Frankfurt a/M: Suhrkamp, 1998.

Boyer, Bruce G. *Elegance: a Guide to Quality in Menswear*. New York: Norton & Company, 1985.

Brand, Stuart. *Media Lab*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1990.

Brockhaus, F. A., Hg. *Brockhaus Enzyklopädie*. Wiesbaden: F. A. Brockhaus, 1973.

Broeske, Pat H. "Serialkillers claim movies as their prey." *The New York Times* 13 December 1992, late ed.: H18.

Brown, Norman O. "The Disease Called Man." *Life Against Death: The Psychoanalytic Meaning of History*. Hanover: Wesleyan University Press, 1970: 3–10.

Browne, Ray B. "Internationalizing Popular Culture Studies." *Journal of Popular Culture* 30.1 (Summer 1996): 21–37.

Bruccoli, Matthew J. and Richard Layman, eds. *American Decades 1960–1969*. Detroit: Gale Research, 1993.

---. *American Decades 1970–1979*. Detroit: Gale Research, 1993.

---. *American Decades 1980–1989*. Detroit: Gale Research, 1996.

Büsser, Martin. *Lustmord – Mordlust: Das Sexualverbrechen als ästhetisches Sujet im zwanzigsten Jahrhundert*. Mainz: Ventil-Verlag, 2000: 183–85.

Bunce, Alan. "Shock talk: no-holes-barred TV shows winning new friends." *Christian Science Monitor* 5 October 1988: 31–32.

"Bundy told Dobson, 'it was pornography'." *Christianity Today* 17 Feb 1989: 43.

Burnett, John. *A history of the cost of living*. Harmondsworth: Penguin, 1969.

Burroughs, William. *Naked lunch*. New York: Flamingo, 2001.

Busonik, Stephen W. *Epistemic structuralism in the postmodern novel: the examples of William Gaddis, J. G. Ballard, and Bret Easton Ellis*. Dissertation Ohio State University, 1993. Ann Arbor:UMI, 1994.

Butterfield, Fox. "New Yorkers Growing Angry Over Aggressive Panhandle." *The New York Times* 29 July 1988: A1.

Cabot, Tracy. *How to Make a Man Fall in Love with You*. New York: St. Martin's Press, 1984.

- . *How to Keep a Man in Love With You-Forever*. New York: McGraw-Hill, 1986.
- Cameron, Deborah. "Pleasure and Danger, Sex and Death: Reading True Crime Monthlies." *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?* Ed. Gary Day. New York: St. Martin's Press, 1990. 131–38.
- . "Pornography – what is the problem?" *Critical Quarterly* 34/2 (Summer 1992): 3+.
- Candeias, Mario. "Der Neoliberalismus als neue Entwicklungsweise des Kapitalismus" in: Michel Albert, Joachim Bischoff, Mario Candeias *Ein neuer Akkumulationstyp? Vom Manager zum Aktionärskapitalismus*. Supplement zu Sozialismus 5/2000: 20–37.
- Cannon, Garland. "Abbreviations and Acronyms in English Word-Formation." *American Speech* 64/2 (1989): 99+.
- Cannon, Lou. *President Reagan: The Role of a Lifetime*. New York: Simon & Schuster, 1991.
- Canterbery, E. Ray. *Economics on a New Frontier*. Belmont: Wadsworth Publishing, 1968.
- Capote, Truman. *In Cold Blood*. New York: Random House, 1965.
- Caputi, Jane. *The Age of Sex Crime*. Bowling Green: Bowling Green State University Popular Press, 1987.
- . "The New Founding Fathers: The Lore and Lure of the Serial Killer in Contemporary Culture." *Journal of American Culture* 13.3 (Fall 1990): 1–12.
- . "American Psychos: The Serial Killer in Contemporary Fiction." *The Journal of American Culture* 16.4 (Winter 1993): 101–12.
- Carsons, Rachel. *The Silent Spring*. Boston: Houghton Mifflin, 1962.
- Castro, Janice. "Mainstreet Feels the Pinch." *Time* 16 February 1987: 47.
- Cawelti, John G. "Popular Culture / Multiculturalism." *Journal of Popular Culture* 30.1 (Summer 1996): 3–19.
- Cerio, Gregory. "The Stars of the trike-and-tantrum set." *Newsweek* 4 December 1989: 74.
- Chabon, Michael. *The Misteries of Pittsburgh*. New York: W. Morrow, 1988.
- Chakravarty, Subrata N. "Behind all that shuffling and reshuffling at CBS." *Forbes* 8 August 1988: 76–79.
- Chambers, Marcia. "It's daughter against Mom in a New York case." *National Law Journal* 14 November 1988: 13.
- Chase, Stewart and F. J. Schlink. *Your money's worth: a study in the waste of the consumer's dollar*. New York: Macmillan, 1927.
- Chenoweth, Laurence. *The American Dream of Success*. North Scituate: Duxbury Press, 1974.
- Chernow, Ron. *The Death of the Banker*. New York: Vintage, 1997.
- Christie, Tanya. "Life in the Fast Lane." *Maclean's* 12 September 1988: 40–43.
- Church, George J. "The Other Arms Race." *Time* 6 February 1989: 20–26.
- Close, Ellis. "Yellow-Peril Journalism: Is Latent racism coloring business coverage of Japan?" *Time* 27 November 1989: 79.

Cocks, Jay. "Band on the run: U2 soars with a top album, a hot tour and songs of spirit and conscience." *Time* 27 April 1987: 72 (6).

---. "U2 explores America." *Time* 21 November 1988: 146.

Cohen, Roger. "Editorial Adjustments in *American Psycho*." *The New York Times* 18 February 1991, late ed.: C13.

---. "Bret Easton Ellis Answers Critics of 'American Psycho'." *The New York Times* 6 March 1991, late ed.: C13.

Collins, Gail. "Wages and Sin." *Working Woman* March 1991: 134.

Collins, Robert M. *The Business Response to Keynes, 1929–1964*. New York: Columbia University Press, 1981.

Colvin, Geoffrey. "What the Baby-Boomers Will Buy Next." *Fortune* 15 October 1984: 28–34.

Commager, Henry Steele. *The American Mind*. New Haven: Yale University Press, 1950.

Commission on Obscenity and Pornography, ed. *Report of the Commission on Obscenity and Pornography*. Vol. 7. Washington D. C.: U.S. Government Printing Office, 1970.

Congressional Quarterly Inc. *Congress A to Z: CQs Ready Reference Encyclopedia of American Congress*. Eds. Ann O'Connor and David R. Tarr. Washington, D. C.: CQ Press, 1999.

Conniff, Ruth. "Politics in a Post-Feminist Age." *The Progressive* July 1991: 17 (2).

Connolly, Ceci. "Yippie vs Yuppie Clash Comes to Roberts." *The Heights* 28 January 1985. 1, 12.

"Consequences." *The New Yorker* 28 September 1992: 28–29.

Considine, J. D. "Repeat Offender." *Rolling Stone* 29 June 1989: 54.

Cooper, Dennis. *Frisk*. New York: Groove, 1991.

Corliss, Richard. "Vidiocy." *Film Comment* 27.3 (May–June 1991): 53–56.

---. "Stupid Talk-Show Tricks: NBC and CBS squabble in a corporate custody battle over David Letterman's shtick." *Time* 2 August 1993: 55.

Cowie, Peter, ed. *Variety International Film Guide, 1991*. Hollywood: Samuel French, 1990.

Craine, Rance. "Rationalizing '90s spending." *Advertising Age* 3 February 1992: 22.

---. "Once loveable, David now Big Time Dave." *Advertising Age* 6 September 1993: 9.

Crane, Stephen. *Maggie: A Girl of The Streets*. Amherst: Prometheus Books, 1995.

Crepaz, Gabriele. "Die Nimmersatt-Kinder." *ff* 9. Mai 2002: 33–37.

Crew, Harry. *All We Need of Hell*. New York: Harper & Row, 1987.

Crocker, C. Lester. "Rousseau, Jean Jacques." *Encyclopedia Americana*, Ed. Danbury: Grolier, 1996. 811–13.

Currier, Chet. *The World's Richest People*. New York: Arch Cape Press, 1991.

- Dallach, Christoph und Wolfgang Höbel. "Ich bin den Leuten unheimlich." *Der Spiegel* 21. Juni 1999: 227.
- Damm, Helene von. *Sincerely, Ronald Reagan*. Ottawa: Greenhill Publishers, 1976.
- "David Sanders, 42, Founder of Design Store." *The New York Times* 20 April 1989: B13.
- Davidson, Martin P. *The Consumerist Manifesto: Advertising in Postmodern Times*. London: Routledge, 1992.
- Davis, Francis. *In the Moment: Jazz in the 1980s*. New York: Oxford University Press, 1986.
- Davis, Leonard. "The Philippines: People, Poverty, and Politics." *Times Literary Supplement* 28 April 1988: 465.
- Davis, Mike. *City of Quartz*. New York: Vintage, 1992.
- Day, Gary. "Introduction: Popular Culture – The Conditions of Control?" *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?* Ed. Gary Day. New York: St. Martin's Press, 1990. 1–12.
- . "That's Entertainment?" *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?* Ed. Gary Day. New York: St. Martin's Press, 1990. 84–89.
- . "Pose for Thought: Bodybuilding and Other Matters." *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?* Ed. Gary Day. New York: St. Martin's Press, 1990. 48–58.
- "Death of Drexel, The." *The Economist* 17 February 1990: 81–82.
- Debord, Guy. *Die Gesellschaft des Spektakels*. Berlin: Tiamat, 1996.
- DeCurtis, Anthony. "New Sensation." *Rolling Stone* 16 June 1988: 76–80.
- . "Steel Wheels' Tour Rolls." *Rolling Stone* 19 October 1989: 11, 14.
- Defleur, Melvin L. and Sandra Ball-Rokeach. *Theories of Mass Communication*. New York: David McKay Company, 1975.
- De Lauretis, Teresa. *Alice Doesn't*. Bloomington: Indiana University Press, 1984.
- DeLillo, Don. *White Noise*. New York: Viking Penguin, 1986.
- DeMaria, Lawrence J. "Merrill Lynch's outlook for 1988." *The New York Times* 11 January 1988, late ed.: D4
- DeMERS, John. "Italian cuisine take the high road." UPI Food, 29 July 1986.
- DeMichael, Don. "Father and Son: An Interview with Muddy Waters and Paul Butterfield." *Down Beat* September 1989: 68–71.
- Deutelbaum, Marshall and Leland Poague, eds. *A Hitchcock Reader*. Ames: Iowa State University Press, 1986.
- Deutsche Buch Gemeinschaft. *Das DBG Lexikon* (Bd. I–III), Frankfurt a/M: Ullstein, 1963.
- Deutsche Presseagentur (dpa), Hg. "Jugendgewalt." 29. April 1999. 15:16.
- Dickstein, Morris. "The Rise of a New Sensibility, or How the Fifties Broke Up." *Gates of Eden: American Culture in the Sixties*. Harvard: Harvard University Press, 1997: 51–88.
- Didion, Joan. *Play It as It Lays*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 1970.

- . *The White Album*. New York: The Noonday Press, 1990.
- . *After Henry*. New York: Simon & Schuster, 1992.
- Diliën, Mike. "Boulevard of Broken Dreams." *News* 9 April 1996: 32.
- Dobelhofer, Hannes. "Genug ist nicht genug." ORF. Ö1-Sendung *Radiokolleg* vom 3. 3. 1999 zum Thema Konsum.
- doCarmo, Stephen Norton. *History and Refusal: The Opposition to Consumer Culture in Contemporary American Fiction*. Dissertation of Lehigh University, 2000. Ann Arbor: UMI, 2000.
- Dolan, Maryanne. *American Sterling Silver Flatware: 1830s to 1990s*. Iola: Krause Publications, 1992.
- Dostoevsky, Fyodor. *Notes from Underground*. New York: Bantam, 1974.
- Douchet, Jean. "Hitch et son public." *Cahiers du cinéma* 113, 1960; translated in Jim Hillier, *The 1960s: New Wave, New Cinema, Reevaluating Hollywood*. Cambridge: Harvard University Press, 1986. 150–57.
- Drechsel, Wiltrud U. *Massenzeichenware: Die gesellschaftliche und ideologische Funktion der Comics*. Frankfurt a/M: Suhrkamp. 1975.
- Drucker, Peter F. *Post-Capitalist Society*. New York: HarperCollins, 1993.
- Dumaine, Brian. "Miss Manners on Office Etiquette." *Fortune* 6 November 1989. 44+.
- Dunklin, Leslie. *A Dictionary of Days*. New York: Fill, 1988.
- Durgnat, Raymond. *Films and Feelings*. Cambridge: MIT, 1967.
- Dwyer, Victor. "Literary Firestorm." *Maclean's*, 1 April 1991. 55.
- Dyett, Linda. "The Bespeaking of Suits – Trading Up to Custom." *The New Yorker* 15 February 1988: 52–66.
- Eagleton, Terry. *Einführung in die Literaturtheorie*. Stuttgart: Metzler, 1994.
- Eberly, Rosa A. *Novel controversies: Public Discussions of Censorship and Social Change*. Pennsylvania: State University Press, 1994.
- Edel, Wilbur. *The Reagan Presidency: An Actor's Finest Performance*. New York: Hippocrene Books, 1992.
- Eder, Richard. Interview with Bret Easton Ellis. *Los Angeles Times Book Review* 13 September 1987.
- Egger, Steven. A., ed. *Serial Murder: An Elusive Phenomenon*. New York: Praeger, 1990.
- Ehrenreich Barbara. "Is the Middle Class Doomed?" *The New York Times* 7 September 1986, late final ed.: section 6: 44.
- . *The Worst Years of Our Lives: Irreverent Notes from a Decade of Greed*. New York: Pantheon, 1990.
- Elias, Adel S. und Alexander Jung. "Rohstoffe: Schmerzlich getroffen." *Der Spiegel* 22. März 1999: 106.
- Elliott, Emory, Ed. *Columbia Literary History of the United States*. New York: Columbia University Press, 1988.

- Elliott, Michael. "Here to Stay." *Newsweek* 10 July 1995: 36–37.
- "'Elliott Wave' Forecaster Ends Public Appearances." *Wall Street Journal* 10 March 1989: B16.
- Ellis, Bret Easton. *Less Than Zero*. New York: Simon & Schuster, 1985.
- . *The Rules of Attraction*. New York: Simon & Schuster, 1987.
- . "Scandal at Bennington." *Rolling Stone* 4 October 1990: 125+.
- . "The Twentysomethings Adrift in a Pop Landscape." *The New York Times* 2 Dezember 1990: Arts and Leisure section.
- . *American Psycho*. Übersetzt von Clara Drechsler und Harald Hellmann, Köln: Kiepenheuer & Witsch, 1991.
- . *The Informers*. New York: Knopf, 1994.
- . *The Informers*. London: Picador, 1994.
- . "Talk of the Town." *Elle Decor* 6.5 (1995): 75+.
- . "The Dillon Papers." *American Film* 1 February 1991: 22–29.
- . "Uncensored." *Mademoiselle* 95.2 (1989): 164.
- . *Glamorama*. New York: Knopf, 1998.
- . *Glamorama*. London: Picador, 1999 (beim Zitieren verwendete Ausgabe).
- Ellis, R. J. "American National Identity and the Structure of Myth: Images of Reagan" *Readings in Popular Culture: Trivial Pursuits?* Ed. Gary Day. New York: St. Martin's Press, 1990. 216–30.
- Enroth, Ronald. "Self-Styled Evangelist Stretches God's Truth." *Christianity Today* 21 September 1984: 73–75.
- Erickson, Hal. *Television Cartoon Shows*. Jefferson: McFarland & Company, 1995.
- Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, Hg. *Werbung*. Wien: Rezag, 1990.
- Facts and Comparisons, *Patient Drug Facts 1997*, St. Louis: Wolters Kluwer Company, 1996.
- Fairley, Henry. "Water down: Perrier on the rocks." *The New Republic* 5 March 1990: 9, 12.
- Faludi, Susan. *Backlash: The Undeclared War Against American Woman*. New York: Vintage, 1991.
- Farber, Jim. "So far, so good ... so what!" *Rolling Stone* 24 March 1988: 167–68.
- Federman, Raymond. *Critification: postmodern essays*. Albany: SUNY P, 1993: 130–31.
- Fenster, Mark. "Containment, Excess, Ambivalence: The Adaptation of 'Less Than zero'." *The Velvet Light Trap* 28 (Fall 1991): 49–64.
- "Fernsehen macht Kinder krank." *dpa/Dolomiten* [Bolzano/Bozen] 13. März 1999: 11.
- Fiction Collective, eds. *Statements: New Fiction From the Collective Fiction*. New York: G. Braziller, 1975.

- Fiedler, Leslie A. "Cross the Border – Close That Gap: Post-Modernism." *American Literature since 1900*. Ed. Marcus Cuncliffe. London: Sphere, 1975: 344–66.
- Fisher, Robert. *Let the People Decide: Neighborhood Organizing in America*. New York: Twayne Pub., 1997.
- Fiske, John. *Television Culture*. London: Methuen, 1987.
- Fiske, John and J. Hartley. *Reading Television*. London: Methuen, 1978.
- Fitzgerald, Scott F. *The Great Gatsby*. New York: Collier, 1991.
- Flint, Joe. "FCC's Stern fine: Record \$105,000." *Broadcasting* 2 November 1992: 55–56.
- Foderaro, Lisa W. "Disco-Dining the Night Away." *The New York Times* 1 December 1989: C1
- Foote, Jennifer. "Stark raving madchester." *Newsweek* 23 July 1990: 62–63.
- "For Booksellers, Questions and Answer About 'American Psycho'." *Publishers Weekly* 15 March 1991: 9.
- Fortier, Francis. "L'Esthetique hyperrealiste de Bret Easton Ellis." *Tangence* 44 (June 1994): 94–105.
- Fothgeringham, Allan. "No designer food? It must be recession." *Maclean's* 26 November 1990: 84.
- Fox, Margalit. "Bret Easton Ellis Is Shocked. Shocked!" *The New York Times Book Review* 18 September 1994: 14.
- Frank, Armin Paul. "Neuere Entwicklungen in der amerikanischen Literaturtheorie und Literaturkritik." *Die amerikanische Literatur der Gegenwart: Aspekte und Tendenzen*. Hg. Hans Bungert. Stuttgart: Reclam, 1977. 271–311.
- Frankl, Viktor E. *Das Leiden am sinnlosen Leben*. Basel: Herder, 1981.
- Freccero, Carla. "Historical Violence, Censorship, and the Serial Killer: The Case of *American Psycho*." *Diacritics* 27.2 (1996): 44–58.
- Freese, Peter. "The American Dream and the American Nightmare: General Aspects and Literary Examples." *American Popular Culture*. Hg. Hans-Jürgen Diller. Heidelberg: Winter, 1985. 7–39.
- . "Bret Easton Ellis, *Less Than Zero*: Entropy in the 'MTV Novel'?" *Modes of Narrative: Approaches to American, Canadian and British Fiction Presented to Helmut Bonheim*. Eds. Reingard M. Nischik und Barbara Korte. Würzburg: Königshausen & Neumann, 1990. 68–87.
- Fremont-Smith, Eliot. "The Right Snuff." *Voice Literary Supplement* May 1985: 21.
- Freud, Sigmund. *Einführung in die Psychoanalyse*. Frankfurt a/M: Fischer, 1997.
- Freyermuth, Gundolf S. "Todsicherer Alltag." *Spiegel Special* 12/1998: 132–34.
- Friedbach, Jürgen. *Im Schatten von Fort Knox*. Berlin: Merkur, 1948.
- Friedman, Benjamin. *Day of Reckoning: The Consequences of American Economic Policy under Reagan and After*. New York: Random House, 1988.
- Friedman, Milton and Rose. *Free to Choose: A Personal Statement*. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1980.
- Friedrich, Otto. "Machine of the Year: The Computer Moves In." *Time* 3 January 1983: 14–24.

Friedrichs, Jürgen und Robert Kecskes, Hg. *Gentrification: Theorie und Forschungsergebnisse*. Opladen: Leske + Budrich, 1996.

Gabriel, Yiannis and Tim Lang. *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and Its Fragmentation*. London: SAGE, 1995.

Gallatin, Martin V. *Lover Shopping: How to Be Married One Year from Today*. New York: Shapolsky Publishers, 1986.

Gardner, James. "Transgressive Fiction." *National Review* 17 June 1996: 54–56.

Gardner, Marilyn. "Monsters and Their Keepers." *The Christian Science Monitor* 19 March 1991. 13.

Garland, Phyl. "Through the storm." *Stereo Review* 54/9 (1989): 129–30.

Gaug Christa. "Diamonds Are a Girl's Best Friend." *Visa Magazin* 6/1997: 26–29.

Gay, Kathlin and Martin K. Gay. *Encyclopedia of North American Eating and Drinking Traditions, Customs & Rituals*. Santa Barbara: ABC-Clio, 1996.

Gelman, Eric and Penelope Wang. "They Live to Buy." *Newsweek* 31 December 1984: 28.

Gendron, Bernard. "Theodor Adorno Meets the Cadillacs." *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture*. Ed. Tania Modleski. Bloomington: Indiana University Press, 1986. 18–38.

"Geraldo Rivera: blooded but unbowed." (Interview) *Broadcasting* 19 December 1988: 43–48.

Gershuny, Jonathan. "Lifestyle, innovation and the future of work." *International Journal of Development Banking* 6.1 (1988): 65–72.

Gewirtz, Sheldon. "Fortysomethings like feel-good campaigns." *Advertising Age* 23 October 1989: 69–70.

Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press, 1991.

Gingrich, Newt. "Renewing America." *Newsweek* 10 July 1995: 26–32.

Giovannini, Joseph. "More Than a Club: It's Open House." *The New York Times* 7 April 1988: C12.

Gold, Annalee. *90 Years of Fashion*. New York: Fairchild, 1991.

Goldberg, Michael. "Hueys Lewis's 'World'." *Rolling Stone* 14 July 1988: 23.

---. "Studio 54 co-owner Steve Rubell dead at 45." *Rolling Stone* 7 September 1989: 24.

Goldthwaite, Charles Anderson Jr. *The Magic Carpet Ride: The Evolution of Rock 'n' Roll in American Prose Literature*. Dissertation U of Virginia, 2003.

Goodman, Walter. "After the Soaps, Others' Lives to Live." *The New York Times* 17 May 1993: C16.

Gordon, G. Lois and Alan Gordon. *American Chronicle: Seven Decades in American Life 1920–1989*. New York: Crown, 1990. 566–659.

Graf, Christian. *Rockmusiklexikon Amerika, Afrika, Australien*. Frankfurt a/M: Fischer, 1996.

Graham, Judith, ed. *Current Biography Yearbook 1994*. New York: H. W. Wilson, 1994. 170–73.



- Grass, Günter. "Der lernende Lehrer." *Die Zeit* 20. Mai 1999: 42.
- Graves, Barry und Siegfried Schmidt-Joos. *Das neue Rock-Lexikon*. 2 Bände. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1973, Neuauflage 1990.
- Greene, Bob. "Yippie versus Yuppie." *Chicago Tribune* 23 March 1983.
- Greil, Marcus. *Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – Eine geheime Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1996.
- Griem, Julika. "Screening America: Representations of Television in Contemporary American Literature." *Amerikastudien/American Studies* 41.3 (1996): 465–81.
- Griffith, James. "Psycho: Not Guilty as Charged." *Film Comment* 32.4 (1996): 76–79.
- Gross, Michael. "Little Stevie Wonder." *New York* 14 August 1989: 44–48.
- Grossberg, Lawrence. "Is There a Fan in the House? The Affective Sensibility of Fandom" in *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Ed. L. Lewis. London: Routledge, 1992. 52–53.
- Grünfelder, Peter. *Telepräsenz*. Diplomarbeit in Visuelle Kommunikation an der Hochschule der Künste Berlin (HdK), 1998. (Persönliches Exemplar der Autorin)
- Grünzweig, Walter. "Kulturelle Narrative und Dekonstruktion: Von den *American Studies* zu den *Cultural Studies*." Paderborner Universitätsreden 53. Hg. Peter Freese. Paderborn: Univ.-Gesamthochschule, 1996. 3–18.
- Gubar, Susan and Joan Hoff, eds. *For Adult Users Only. Everywoman: Studies in History, Literature, and Culture*. Bloomington: Indiana University Press, 1989.
- Haag, Laurie L. "Oprah Winfrey: The Construction of Intimacy in the Talk Show Setting." *Journal of Popular Culture*. 26.4 (Spring 1993): 115–21.
- Hacker, Andrew. *The End of the American Era*. London: Sidgwick & Jackson, 1970.
- Haley, Kathy. "Still Talking after all this years" *Broadcasting (An Advertising Supplement-Donahue 25th Anniversary)* 2 November 1992: 2.
- . "From Dayton to the world: A history of the 'Donahue Show'." *Broadcasting (An Advertising Supplement-Donahue 25th Anniversary)* 2 November 1992: 7+.
- . "Talking with Phil." *Broadcasting (An Advertising Supplement-Donahue 25th Anniversary)* 2 November 1992: 16+.
- . "Producing 'Donahue': The Three C's: controversy, continuity, camaraderie." *Broadcasting (An Advertising Supplement-Donahue 25th Anniversary)* 2 November 1992. 22–23.
- Hall, Jane. "Late night Letterman." *People Weekly* 14 July 1986: 88+.
- Hall, Sharon K., ed. *Contemporary Literary Criticism*. Vol. 39. Detroit: Gale Research, 1985. 55–59.
- Hamann, Horst. *Merian Reiseführer. New York*. München: dtv, 1993.
- Harrington, Michael. *The Other America. New York: Macmillan*, 1962.
- Harris, Joseph and Jay Rosen. *Media Journal*. Boston: Allyn and Bacon, 1995.

- Harris, Laurie Lanzen, ed. *Nineteenth-Century Literature Criticism*. Detroit: Gale Research, 1983.
- Harrison, Randal Sean. "A Bird out of Season': The Question of Obscenity in Bret Easton Ellis' *American Psycho*." Master Thesis, San Diego State University, 2000.
- Hart, Roderick P. *Seducing America: How Television Charms the Modern Voter*. Rev. ed. London: SAGE, 1999.
- Hawlitshka, Katja. *Dead Poets, Dead Authors, and Other Literary Death Sentences: Events on the Borders between high and low*. Dissertation U of Southern California University, 1994. Ann Arbor: UMI, 1994.
- Heath, Chris. "Bret Easton Ellis." *Rolling Stone* 24 December 1998: 114–20.
- Hector, Gary. "How banking will shake out." *Fortune* 25 April 1988. 207+.
- Heller, Arno. *Gewaltphantasien: Untersuchungen zu einem Phänomen des amerikanischen Gegenwartsromans*. Buchreihe zu den Arbeiten aus Anglistik/Amerikanistik. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1990.
- Helyer, Ruth. "Parodied to Death: The Post-Modern Gothic of American Psycho." *Modern Fiction Studies* 46.3 (2000): 725–46.
- Hemingway, Ernest. *The Sun Also Rises*. New York: Charles Scribner's Sons, 1926.
- . *A Farewell To Arms*. New York: Charles Scribner's Sons, 1929.
- Henke, James. "Springsteen: The Rolling Stone Interview." *Rolling Stone* 6 August 1992: 38+.
- Henning, Peter. "Zu hoch gehandeltes Missverständnis." *Facts* 27. März 1997: 151–52.
- Henry, William A. III. "Warmed Over and Not So Hot: Broadway musicals freely filch, so why not from the best." *Time* 27 November 1989: 87.
- . "They Just Keep Rolling Along." *Time* 2 September 1991: 72–73.
- Hentig, Hartmut von. *Kreativität. Hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff*. München/Wien: Carl Hanser Verlag, 1998.
- Herman, Hank. "Belinda Carlisle: A great success story." *Health* 20 July 1988: 37.
- Hertzberg, Hendrik. "The Short Happy Life of The American Yuppie." *Esquire* February 1988: 100+.
- Hiltbrand, David. "Back of My Mind." *People Weekly* 24 October 1988: 38.
- Hirsch, Joachim. "Fordism and Post-Fordism: The Present Social Crisis and its Consequences." *Post-Fordism and Social Form: A Marxist Debate on the Post-Fordist State*. Eds. Werner Bonefeld and John Holloway. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: MacMillan, 1991. 8–34.
- Hirsch, Joachim und Roland Roth. *Das neue Gesicht des Kapitalismus. Vom Fordismus zum Post-Fordismus*. Hamburg: VSV-Verlag, 1986.
- Hissom, James. "This Is Not an Exit: Murder and Mimesis in Bret Ellis' 'American Psycho'." *The Bulletin of the West Virginia Association of College*. Vol. 14. 1992. 34–44.
- Hitchens, Christopher. "Minority Report." *The Nation* 7/14 January 1991: 7.
- Hm (Kürzel). "Sieben fette Jahre für Amerika." *Neue Zürcher Zeitung* 21./22. Juni 1997: 21.
- Hoban, Phoebe. "Psycho Drama." *New York*, 17 December 1990. 32–37.

- Hobsbawm Eric J. *The Age of Extremes: The Short Twentieth Century 1914-1991*. London: Michael Joseph, 1994.
- Hobsbawm Eric J. and Friedrich Engels. *The Condition of the Working Class in England: From Personal Observation and Authentic Sources*. Chicago: Academy Publishers, 1994.
- Hoffmann, Bill. "The Best Story I've ever had." *Washington Journalism Review*. April 1990: 40–46.
- Hoffmann Sabine. "Der neue High-Tech-Tick." *Der Spiegel* 19. April 1999: 106.
- Hollweg, Petra und Herbert Reinke-Nobbe. "Der nette Killer von nebenan." *Focus* 8/2001: 46–50.
- Holt, Jennifer. "In deregulation we trust: the synergy of politics and industry in Reagan-era Hollywood." *Film Quarterly* 22 December 2001. 4p+.
- Horn, Maurice, ed. *The World Encyclopedia of Comics*. New York: Chelsea House Publishers, 1976.
- Hornig, Frank. "Arrogantes Auftreten." *Der Spiegel* 22. März 1999: 107.
- Horowitz, David. "Capitalism and the Crisis of Abundance." *In the Marketplace: Consumerism in America*. Editors of *Ramparts* with Frank Browning. San Francisco: Canfield Press, 1972.
- Hosoda, Craig. *The Bare Facts Video Guide*. Santa Clara: Bare Facts, 1991.
- Howe, Marvine. "Mario Valentino, Designer, 64; Known for His Leather Fashions." *The New York Times* 1 February 1991: A18.
- Hüetlin, Thomas. "Diese göttliche Dekadenz." *Der Spiegel* 7. September 1998: 217–22.
- . "Citizen Trump." *Spiegel reporter* 11/1999: 92–99.
- . "Hall of Femme." *Spiegel reporter* 11/1999: 118–27.
- Hummler, Richard. "'Les Miz', 'Fences' mop up at Tony's: show mirrors upbeat B'way mood." *Variety* 10 June 1987: 81–82.
- "100 Best Albums of the Eighties, The." *Rolling Stone* 16 November 1989: 99–148.
- Hunt, William Dudley, Jr. *Encyclopedia of American Architecture*. Revised Edition. New York: McGraw-Hill, 1980.
- Hunter, James Davison. *Culture Wars: the Struggle to define America*. New York: Basic Books, 1991.
- Iannone, Carol. "PC & the Ellis Affair." *Commentary* July 1991: 52–54.
- "Imminent danger." *Psychology Today* 27/4 (July–August 1994): 54+.
- Inge, Thomas M., ed. *Handbook of American Popular Culture*. New York: Greenwood Press, 1989.
- Irmer, Thomas. "Bret Easton Ellis's 'American Psycho' and Its Submerged References to the 1960s." *Zeitschrift für Anglistik und Amerikanistik* 41.4 (1993): 349–56.
- Irving, John. "Pornography and the New Puritans." *The New York Times Book Review* 29 March 1992: 1, 24–25, 27.
- Iser, Wolfgang. *Der Akt des Lesens: Theorie ästhetischer Wirkung*. München: Fink, 1977.

Itzin, Catherine, ed. *Pornography: Women, Violence & Civil Liberties*. Oxford: Oxford University Press, 1992.

Iyer, Pico. "Are Men Really So Bad?" *Time* 22 April 1991: 94.

Jackson, Carlton. "Fulbright Experiences and Popular Culture." *Journal of Popular Culture* 30.1 (Summer 1996): 39–46.

Jackson, Kenneth T. *The Encyclopedia of New York City*. New Haven: Yale University Press, 1995.

Jacobson, Mark. "Enough with the resurrection, already!" *Esquire* September 1990: 151–53, 222–29.

"Jahres-Chronik 1998." *Der Spiegel* 14. Dezember 1998.

"Jahres-Chronik 2002." *Der Spiegel* 11. Dezember 2002.

James, Caryn. "Now Starring, Killers for the Chiller 90's." *The New York Times* 10 March 1991, late ed.: PH1.

Jameson, Fredric. *The Political Unconscious*. London: Methuen, 1981.

---. "Postmoderne – Zur Logik der Kultur im Spätkapitalismus." In *Postmoderne. Zeichen eines kulturellen Wandels*. Hg. Andreas Huyssen und Klaus R. Scherpe. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1986. 45–102.

Janofsky, Michael. "THE SEOUL OLYMPICS: Diving; Louganis Wins Historic Springboard Gold Medal." *The New York Times* 20 September 1988: A 21.

Janowitz, Tama. *Slaves of New York*. New York: Crown, 1986.

Jedlinski, Marek. "American Psycho: A New Diagnosis." Vortrag für die *Polish Association of American Studies Conference* in Poznan, Oktober 1995.

Jenny, Urs. "Geld macht nicht glücklich." *Der Spiegel* 4. September 2000: 243.

Jereski, Laura. "The Joy of Private Capital." *Forbes* 12 December 1988.

Johnson, Anne Jeanette. Interview with Bret Easton Ellis. *Detroit Free Press* 18 August 1985.

Johnson, Freya. "A Tale Told by a Vidiot, Resignifying Nothingness: A Torturous Metafiction in 'American Psycho'." Paper for Prof. Larry McCaffery, San Diego State University, 1994. 24 pp.

---. "This is not an Exit: The Failure of Extremity in 'American Psycho' and the Works of Dennis Cooper." Unpublished essay for Prof. Larry McCaffery, San Diego State University, 1995. 33 pp.

Johnson, Haynes. *Sleepwalking through History: America in the Reagan Years*. New York: Norton & Company, 1991.

Jones, Malcolm, Jr., et al. "The Desi Chain." *Newsweek* 10 July 1995: 34–35.

Joyner Priest, Patricia. *Public Intimacies: talk show participants and tell-all TV*. Cresskill: Hampton Press, 1995.

Juchartz, Larry and Erica Hunter. "Ultraviolet Metaphors for (Un)Popular culture: A Defense of Bret Easton Ellis." *Popular Culture Review* 7.1 (Feb. 1996): 67–79.

Jürgens, Christian. "Das Monster ist ein Moralist." *Die Zeit* 32/1999: 33+.

Jungk, Robert. "Ausblick auf die Zukunft." *Chronik der Menschheit*. Hg. Bodo Harenberg. Dortmund: Chronik, 1984: 1064–73.

Kakutani, Michiko. "The Young and Ugly." *The New York Times* 8 June 1985: 32.

Kanfer, Stefan. "Out to Make Killings." *Time* 20 February 1989: 98, 100.

Karasek, Hellmuth. "Schmerz auf der Zunge." *Der Tagesspiegel* 15. September 1997: 3.

Keeney, Belea T. and Kathleen M. Heide. "Serial Murder: A More Accurate and Inclusive Definition." *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology* 39.4 (1995):299–306.

Kennedy, John F. *Dämme gegen die Flut*. Hg. John W. Gardner. Frankfurt a/M: Fischer, 1964. Übersetzt von Karl Mönch. Der Originaltitel lautete: *To Turn the Tide: The Major Addresses and Statements of President John F. Kennedy*. New York: Harper & Brothers, 1962.

Kennedy, Pagan. "Generation Gaffe." *The Nation* 1 April 1991: 426–28.

Keppler, Robert D. *The Riverman: Ted Bundy and I Hunt for the Green River Killer*. New York: Simon & Schuster, 1995.

Keynes, John M. *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London: Mac Millan, 1936.

Klinkowitz, Jerome. *Rosenberg, Barthes, Hassan: The Postmodern Habit of Thought*. Athens: U of Georgia Press, 1988.

Knecht, Doris. "Buchbesprechung: Die Informanten." (Kopie vor Abdruck im *Falter*, 1997)

Kneip, Ansbert. "Vom Rechner zum Medium: Der Computer – Basis für die Informationsrevolution." *Der Spiegel* 19/1999: 148–49.

Knorr, Wolfram. *Monsters, Movies, Macht und Massen*. Zürich: Haffmans Sachbuch, 2000.

Koeppe, Stephen. "Life in the express lane; instant gratification has become a fast growing industry." *Time* 16 June 1986: 64.

Kostabi, Mark. *Conversations With Kostabi*. New York: Tuttle, 1996.

Kowinski, William Severini. *The Mallng of America: an inside look at the great consumer paradise*. New York: W. Morrow, 1985.

Kramer, Michael. "Playing for the Edge." *Time*, 13 February 1989: 26–33.

Krieger, Gottfried. "Aus dem Leben eines Serienkillers." *Stuttgarter Zeitung* 17. September 1997: 6.

Kristol, Irving. *Two Cheers for Capitalism*. New York: Basic Books, 1979.

Kuhre, Bruce. "The American Dream in Crisis." *Constructing the Eighties: Versions of an American Decade*. Edited by Walter Grünzweig, Roberta Maierhofer, and Adi Wimmer. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1992. 33–49.

---. "The 'Politicalization' of the 'Christian Right' and Its Union with the 'New Right'." *Constructing the Eighties: Versions of an American Decade*. Edited by Walter Grünzweig, Roberta Maierhofer, and Adi Wimmer. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1992. 51–63.

---. "United States Foreign Policy in the 1980s: Business Almost as Usual?" *Constructing the Eighties: Versions of an American Decade*. Edited by Walter Grünzweig, Roberta Maierhofer, and Adi Wimmer. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1992. 67–81.

- Kummer, Corby. "Food; Italy's 'alta cucina'." *The New York Times* 15 June 1986: C6
- Kuna, Franz. "Literaturwissenschaft und 'Cultural Studies'." *Lesearten: Literaturunterricht im interdisziplinären Vergleich*. Hg. Werner Delanoy, Helga Rabenstein und Werner Wintersteiner. Innsbruck: Österreichischer Studienverlag, 1996. 225–38.
- Kurowski, Ulrich. *Lexikon Film*. München: Goldmann, 1976.
- Lacayo, Richard. "All the World's a Stage." *Time* 21 November 1988: 102.
- . "Violent Reaction." *Time Domestic* 12 June 1995: 24–30.
- Lafontaine Oskar and Christa Müller. *Keine Angst vor der Globalisierung. Wohlstand und Arbeit für alle*. Bonn: Dietz-Verlag, 1998.
- Lamar, Jacob V. "I Deserve Punishment." *Time* 6 February 1989: 34.
- Lambert, Bruce. "Andreas Hellrigl, 61, Innovative Chef and Hotelier." *The New York Times* 15 July 1993: D22.
- Lange, Art. "Sting Speaks." *Down Beat* September 1989: 93–94.
- Lange, Mechthild. "Törichtes Konglomerat zum Thema Gewalt." *Frankfurter Rundschau* 15. September 1997: 27.
- Langman, Lauren. "Neon cages: Shopping in subjectivity." *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*. Ed. Rob Shields. London: Routledge, 1992: 40–82.
- Lansley, Stewart. *After the Gold Rush: The Trouble with Affluence: 'Consumer Capitalism' and the Way Forward*. London: Century, 1994.
- Lanthaler, W. and J. Zugmann. *Die ICH-Aktie*. Frankfurt a/M: FAZ-Verlag, 2001.
- Lantos, Jeffrey. "Talking 'bout my Generation." *American Film* November 1987: 48–51.
- Larcher, Dietmar. "Der Karawankenheiland." *ff* 21. Februar 2002: 26–31.
- Lasch, Christopher. *The Culture of Narcissism: American Life in An Age of Diminishing Expectations*. New York: Norton & Company, 1991.
- Lasch, Christopher. "The Culture of Consumption." *Encyclopedia of American Social History*. Vol. 2. Eds. Mary Kupiec Cayton, Elliott J. Gorn, and Peter W. Williams. New York: Charles Scribner's Sons, 1993. 1381–90.
- . *The Revolt of the Elites: And the Betrayal of Democracy*. New York: Norton & Company, 1996.
- Lauter, Paul, et al., eds. *The Heath Anthology of American Literature*. 2 vols. Lexington: Heath, 1990.
- Lebergott, Stanley. *Pursuing Happiness: American Consumers in the Twentieth Century*. Princeton: Princeton University Press, 1993.
- LeClaire, Tom and Larry McCaffery. *Anything Can Happen*. Urbana: U of Illinois Press, 1983.
- Leder, Dietrich. "Schöne neue Medienwelt." *Das Jahrhundert der Elektronik und Kommunikation: Vom Film zum Internet in Der Spiegel* 19/1999: 135–56.
- Leggewie, Claus. *Amerikas Welt*. Hamburg: Hoffmann und Campe, 2000.

- Lehman, David. "Less Than Zero." *Newsweek* 8 July 1985: 70.
- . "Two Divine Decadents." *Newsweek* 7 September 1987: 72.
- Lehmann-Haupt, Christopher. "'Psycho': Whither Death without Life?" *The New York Times* 11 March 1991: C18.
- Leigh, Janet und Christopher Nickens. *Psycho*. München: Heyne Filmbibliothek, 1978.
- Leigh Shaw, Tamara. "The Television Talk Show as a Speech Event." Dissertation in progress. San Diego State University (CA, USA), 1993.
- Leitlinien der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendpsychiatrie und -psychotherapie: Tiefgreifende Entwicklungsstörungen. AWMF-Leitlinien-Register Nr. 028/018 (Stand: 05/2003)
- Leland, John. "Superstars and Super Hype to the rescue." *Newsweek* 9 December 1991: 72–73.
- Leo, John. "Crime: That's Entertainment." *U.S. News & World Report* 6 February 1989: 53.
- . "Marketing cynicism and vulgarity." *U.S. News & World Report* 3 December 1990: 23.
- Leonard, Elmore. *Bandits*. New York: Arbor House, 1987.
- Levine, Lawrence W. *Highbrow / Lowbrow*. Cambridge: Harvard University Press, 1988.
- Lewis, George H. "Community Through Exclusion and Illusion: The Creation of Social Worlds in an American Shopping Mall." *Journal of Popular Culture* 24.2 (Fall 1990): 121–36.
- Leypoldt, Günter. *Casual Silences: The Poetics of Minimal Realism from Raymond Carver and the New Yorker School to Bret Easton Ellis*. Dissertation Universität Tübingen, 2000. Trier: WVT Wissenschaftlicher Verlag Trier, 2001.
- Liebman, Robert C. "The Making of the New Christian Right." *The New Christian Right*. Eds. R. Liebman and R. W. Wuthnow. New York: Aldine Publishing Company, 1983: 229–38.
- Light, Alan. "Be My Baby." *Rolling Stone* 15 November 1990: 155.
- Link, Franz. *Amerikanische Erzähler seit 1950: Themen, Inhalte, Formen*. Paderborn: Ferdinand Schöningh, 1993.
- Lipman, Joanne. "The Climber: Driven to Succeed, Young Investor Makes The Right Connections." *The Wall Street Journal* 27 June 1991: A1.
- Litweiler, John. *The Freedom Principle*. New York: W. Morrow, 1984.
- Llewellyn, Howell. "Timeless success story: New Age music experiences growing gains in popularity." *Billboard* 9 July 1994: 54.
- Loder, Kurt. "Phil Spector back to mono (1958–69)." *Rolling Stone* 28 November 1991: 87–89.
- Love, Robert. "Psycho Analysis." *Rolling Stone* 4 April 1991: 45+.
- Lucerna, Christoph. "Der Marke wachsen Flügel." *Dolomiten-Wirtschaftskurier* [Bolzano/Bozen] 10. Februar 1999: 11.
- . "Marken schaffen Sicherheit." *Dolomiten-Wirtschaftskurier* [Bolzano/Bozen] 10. Februar 1999: 11.
- Lütge, Gunhild. "Amerika ist überall" *Die Zeit* 15. August 1997. 23.

Lyons, Paul. "Yuppie: A Contemporary American Keyword." *Socialist Review* 19/1 (Jan–March 1989): 111–22.

---. "The Silent Majority in Baby Boomers: Class of 1966 in a South Jersey Town." *Vietnam Generation* Vol.1/2, article 12, 1989: 140–50.

MacNicholas, John, ed. *Twentieth-Century American Dramatists*. Part I A–J. Detroit: Gale Research, 1981.

Magill, Frank N., ed. *Masterplots*. Englewood Cliffs: Salem, 1976.

---. *Magill's Literary Annual 1983*. Englewood Cliffs: Salem, 1983.

Mailer, Norman. *An American Dream*. New York: Dial, 1965.

---. "Children of the Pied Paper." *Vanity Fair* March 1991: 154–59, 220–21.

Maltin, Leonard, ed. *1998 Movie & Video Guide*. New York: Plume, 1997.

Mamiya, Christin J. *Pop Art and Consumer Culture*. Austin: University of Texas Press, 1992.

Manguel, Alberto. "Designer Porn." *Saturday Night* July–August 1991: 46–47, 49.

Manley, Will. "Facing the public: Hacking and Slashing." *Wilson Library Bulletin* June 1991: 60–62.

Mansfield, Stephanie. "Solid Sister." *Vogue* September 1990: 574+.

Manske, Ariane. *Political Correctness und Normalität: Die amerikanische PC-Kontroverse im kulturgeschichtlichen Kontext*. Heidelberg: Synchron Wissenschaftsverlag der Autoren, 2002.

Marcuse, Herbert. *One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*. London: Sphere, 1968.

---. "Aggressiveness in Advanced Industrial Society." *Negations: Essays in Critical Theory*. Herbert Marcuse. Boston: Beacon Press, 1968. 248–68.

Marin, Rick. "Dave vs. Jay, CBS, Oscar ..." *Newsweek* 10 July 1995: 52–53.

---. "Coming Up Roses." *Newsweek* 15 July 1996: 45–48.

Marks, Claude, ed. *World Artists 1980–1990*. New York: H. W. Wilson, 1991.

Martin, Hans-Peter und Harald Schumann. *Die Globalisierungsfalle*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1996.

Martin, Judith. *Miss Manners Guide to Excruciatingly Correct Behaviour*. New York: Penguin, 1983.

---. *Miss Manners Guide for the Turn of the Millenium*. New York: Fireside, 1990.

Martin, Richard. *Contemporary Fashion*. New York: St. James Press, 1995.

"Martini redux." *Time* 11 January 1988: 81.

Marx, Gisela. *Eine Zensur findet nicht statt*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1988.

Marx, Karl. *Selected Writings in Sociology and Social Philosophy*. Eds. T. Bottomore and M. Rubel. Harmondsworth: Penguin, 1963.



- . Economic and philosophic manuscripts of 1844. In Robert C. Tucker (ed.) *Marx-Engels Reader*. New York: Norton, 1972.
- . *Early Writings*. Harmondsworth: Penguin, 1975.
- Matuz, Roger, ed. *Contemporary Literary Criticism*. Vol. 71. Detroit: Gale Research, 1992. 142–76.
- May, Hal and Susan M. Trosky, eds. *Contemporary Authors*. Vol. 118. Detroit: Gale Research, 1988. 142.
- . *Contemporary Authors*. Vol. 123. Detroit: Gale Research, 1988. 91–94, 251–56, 376–79.
- McCaffery, Larry. *The Metafictional Muse*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1982.
- . *Postmodern Fiction*. Westport: Greenwood Press, 1986.
- . “The Fictions of the Present.” *Columbia Literary History of the United States*. Ed. Emory Elliot. New York: Columbia University Press, 1988. 1161–77.
- . “The Artists of Hell: Kathy Acker and ‘Punk Aesthetics.’” *Breaking the Sequence*. Ed. Ellen G. Friedman and Miriam Fuchs. Princeton: Princeton University Press, 1989. 215–30.
- . “Everything Is Permitted: The Post-Pynchon Postmodern American Fiction.” *Positive* [Tokyo] 1 (Spring 1991): 248–67.
- , ed. *Avant-Pop: Fiction for a Daydream Nation*. Normal: Black Ice Books, 1993.
- . “Storming the Floating World of Postmodern Hyperreality.” *American Book Review*. 16.1 (April–May 1994): 5.
- . “Avant-Pop: Still Life After Yesterday’s Crash.” Ed. Larry McCaffery. *After Yesterday’s Crash*. New York: Penguin, 1995. xi–xxxi.
- McCarthy, Larry. “*Less Than Zero* by BRET EASTON ELLIS.” *The Saturday Review* 11 July/August 1985: 80.
- McCauley, Lucy A. “The Face of Advertising.” *Harvard Business Review* Nov–Dec 1989: 155+.
- McCloud, Scott. *Comics richtig lesen*. Übersetzt von Heinrich Anders (1993). Hamburg: Carlsen Comics, 2001.
- McDowell, Colin, ed. *McDowell’s Directory of Twentieth Century Fashion*. London: F. Muller, 1984.
- McDowell, Edwin. “Publishing.” *The New York Times* 19 November 1990, late ed.: D8.
- . “NOW Chapter Seeks Boycott of ‘Psycho’ Novel.” *The New York Times* 6 December 1990, late ed.: D8.
- McDowell, Rider. “Movies To Die For.” *San Francisco Chronicle* 7 August 1994. A5.
- McGinniss, Joe. *Fatal Vision*. New York: Signet, 1984.
- McGlinn, Evan. “Absolut Marketing: Michel Roux and his marketing tactics for Absolut.” *Forbes* 12 November 1989: 282–86.
- McGuigan, Cathleen. “An Excess of Aussies.” *Newsweek* 11 April 1988: 80.
- . “The Selling of Andy Warhol.” *Newsweek* 18 April 1988: 60–64.
- McInerney, Jay. *Bright Lights, Big City*. New York: Vintage, 1984.

- . *Story of My Life*. New York: Vintage, 1988.
- . "Bruce Willis in the Hot Zone." *Esquire* May 1995: 63–70.
- McKenzie, Constance. "A Study of Serial Murder." *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*. 39.1 (Spring 1995): 3–10.
- McLaughlin, John. "Dan Quayle, politician." *National Review* 30 September 1988: 22.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw, 1964.
- McLuhan, Marshall and Quentin Fiore. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. San Francisco: HardWired, 1967.
- McNeil, Alex. *Total Television: The comprehensive guide to programming from 1948 to the present*. 4<sup>th</sup> edition. New York: Penguin, 1996.
- McWilliams, Dean. "The Search for an Icon: Values in American Popular Films in the 1980s." *Constructing the Eighties*. Edited by Walter Grünzweig, Roberta Maierhofer, and Adi Wimmer. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1992. 85–96.
- . "American Film Production in the 1980s." *Constructing the Eighties*. Edited by Walter Grünzweig, Roberta Maierhofer, and Adi Wimmer. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1992. 97–107.
- Meier-Rust, Kathrin. "Der Autor denkt, Tom Wolfe lenkt." *Die Weltwoche* 22 April 1993: 21.
- Mellencamp, Patricia. *Indiscretions*. Bloomington: Indiana University Press, 1990.
- Mendelsohn, Daniel. "Lesser Than Zero." *The New York Times Book Review* 24 January 1999: 8.
- Methvin, Eugene H. "The face of evil." *National Review* 23 January 1995. 34+.
- Miller, Arthur. *Death of a Salesman*. New York: Penguin Classics, 1949.
- Miller, Frank. *Batman: The Dark Knight Returns*. London: Titan, 1986.
- Miller, Jacques-Alain. *The Seminar of Jacques Lacan, Book XI: The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis*. New York: Norton & Company, 1998.
- "Milli Vanilli award: pop-music lip-synching no more unethical than George Bush, congressional ghostwriters." *The New Republic* 10 December 1990: 10.
- Miner, Brad. "Random Notes." *National Review* 18 March 1991: 60.
- "Miracle drug in the medicine chest." *U.S. News & World Report* 8 February 1988: 9.
- Monaco, James. *Film Verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien: Mit einer Einführung in Multimedia*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1995.
- Montréal, Guy. "L'Home Balmain. C'est Patrick Aubert." *L'Officiel Homme* 71, 1988: 6–7.
- Moore, Lorrie. "Trashing Women, Trashing Books." *The New York Times* 5 December 1990: A27.
- Moore, Susanna. *In the Cut*. New York: Knopf, 1995.
- Morganthau, Tom. "A Victim of 'The Octopus'?" *Newsweek* 26 August 1991: 21.
- Morgenson, Gretchen. "The Trend is not their trend." *Forbes* 16 September 1991: 114–19.

- Morley, Jefferson. "Darkness On The Edge Of The Shining City." *The New Republic* 23 March 1987: 20–23.
- Morner, Kathleen and Ralph Rausch. *NTC's Dictionary of Literary Terms*. Lincoln Wood: NTC, 1991.
- Mort, Frank. "The New Politics of Consumption." In *New Times: The Changing Face of Politics in the 1990s*. Eds. Stuart Hall and Martin Jacques. London and New York: Verso, 1990. 160–72.
- Morton, Jim. "David Friedman Biography." *Incredibly Strange Films*. Vol. 10. Eds. V. Vale and Andrea Juno. San Francisco: RE/SEARCH Publications, 1986.
- Moshavi, Sharon D. "Elections enter new Television Age: In politics, '92 may be remembered as year the campaign trail became a two-way street." *Broadcasting* 2 November 1992: 12–14.
- Müller von Blumencron, Mathias. "Geld, Spaß und Liebe." *Der Spiegel* 30. Juni 1997: 90–91.
- Müry, Andres. "Fast ein religiöses Werk" (über das Theaterstück "American Psycho": Uraufführung Hamburg, Schauspielhaus/Malersaal; Regie: Thirza Bruncken, Autor: Bret Easton Ellis). *FOCUS* 38 15. September 1997.
- Murali, Ram. "The Making of An Anti-Hero: An Interview with Bret Easton Ellis." *The Dartmouth Review*, 21 April 1999. 22–28.
- Murphet, Julian. *Bret Easton Ellis's American Psycho: A Reader's Guide*. New York: Continuum Contemporaries, 2002.
- Murr, Andrew and Joshua Hammer. "One Bluff Too Many." *Newsweek* 26 August 1991: 32–33.
- Myers, Greg. *Ad Worlds*. London: Arnold, 1998.
- Nabokov, Vladimir. *Lolita*. New York: G. P. Putnam's Sons, 1959.
- Nagel, Josef. "Weder krass noch unangenehm: Amerikanische Malerei im Kunsthaus Zürich." *Neue Zürcher Zeitung* 21./22. Juni 1997: 45.
- Naylor, Colin, ed. *Contemporary Artists*. Chicago: St. James Press, 1989.
- , ed. *Contemporary Masterworks*. Chicago: St. James Press, 1991.
- Nelson, Michael. *The Presidency A to Z: A Ready Reference Encyclopedia*. Washington, D. C.: CQ Press, 1994.
- New York Times, The, ed. *The Downsizing of America*. New York: The New York Times Company, 1996. Three Rivers Press (CA), 1996.
- Newcomb, Peter and Christopher Palmieri. "What's not to love?" *Forbes* 30 September 1991: 108–12.
- Newsweek Staff. "I was going to hell." (Geraldo Rivera) *Newsweek* 15 July 1996: 48.
- Newton, Michael. *Hunting Humans: The Encyclopedia of Serial Killers*. Port Townsend, WA: Loompanics Unlimited, 1990.
- Norris, Joel. *Serial Killers: The Growing Menace*. Garden City: Doubleday, 1988.
- Novak, Ralph. "Someone to Love." *People Weekly* 9 May 1988: 14.
- Nowell-Smith, Geoffrey. *The History of World Cinema*. New York: Oxford University Press, 1996.

- Nozick, Robert. *Anarchy, State, and Utopia*. New York: Basic Books, 1974.
- Nye, David E. "Industrialization, Business and Consumerism." *Modern American Culture*. Ed. Mick Gidley. New York: Longman, 1993. 166–88.
- Oates, Joan Carol. "I had No Other Thrill or Happiness." *The New York Review of Books* 24 March 1994: 52+.
- Oliver, Lawrence J. "Brander Matthews' Re-visioning of Crane's *Maggie*." *American Literature* 60.4 1988: 654 (5).
- O'Neill, Edward R. "Alfred Hitchcock." *The History of World Cinema*. Ed. Geoffrey Nowell-Smith. New York: Oxford University Press, 1996. 311.
- O'Reilly, Brian. "Gadgets for Executives." *Fortune* 11 September 1989: 200.
- Orwell, George. *1984*. New York: Dutton/Plume, 1983.
- Pace, Eric. "Bill Robinson, 45, pioneering designer of fashions for men." *The New York Times* 17 December 1993, late ed.: B14.
- Packard, Vance. *The Hidden Persuaders*. New York: Pocket Books, 1958.
- Pally, Marcia. "Man kann immer noch reicher sein." *DSH-Magazin* 16 1997/98.
- Pan, David. "Wishing for More." *Telos*. Vol. 76. 1988. 143–54.
- Panero, James. "Ellis Island." *National Review* 8 March 1999: 53–54.
- Parenti, Michael. *Democracy for the Few*. 6<sup>th</sup> edition. New York: St. Martin's Press, 1995.
- Paretsky, Sara. "Soft spot for serial murder." *The New York Times* 28 April 1991: E17.
- Paros, Lawrence. *The Great American Cliché*. New York: Workman, 1976.
- Pasternak, Boris L. *Doctor Zhivago*. London: Panthon, 1959.
- Paturi, Felix R. *Chronik der Technik*. Hg. Bodo Harenberg. Dortmund: Chronik, 1988.
- Perrez-Torres, Rafael-Mario. *Screen Play and Inscription: Narrative Strategies in Four Post-1960s Novels*. Dissertation Stanford University, 1989. Ann Arbor: UMI, 1989.
- Petracca, Michael and Madeleine Sorapure. *Common Culture: Reading and Writing about American Popular Culture*, 3<sup>rd</sup> ed. New York: Prentice Hall, 2001.
- Pfeil, Fred. "Rock incorporated: plugging in to Axl and Bruce." *Michigan Quarterly Review* 32/4 (Fall 1993): 534–71.
- Pflaum, Matthias. "Die zweite Hälfte der achtziger und die frühen neunziger Jahre: Aufbruch einer jungen Generation nordamerikanischer AutorInnen in ein postfiktionales Zeitalter, das eine posthumane Welt beschreiben will." Magisterarbeit, Universität Erlangen-Nürnberg, 1994.
- Piesman, Marissa and Marilee Hartley. *Yuppie Handbook: The State-Of-The Art Manual for Young Urban Professionals*. New York: Pocket Books, 1984.
- Piper, Nikolaus, Hg. *Die großen Ökonomen*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 1996.

- Plagens, Peter. "Confessions of a Serial Killer." *Newsweek* 4 March 1991: 58–59.
- Platter, Heike. Persönliches Interview mit Will Self. Radio Ö1 (ORF). Wien, im März 1997.
- . Persönliches Gespräch mit Larry McCaffery in seinem Wohnhaus/Büro in Borrego Springs, Kalifornien, am 27. September 1997.
- . Persönliches Gespräch mit Randal Sean Harrison an der San Diego State University am 13. Oktober 1998 über sein Konzept für seine spätere Master Theses "A Bird out of Season": The Question of Obscenity in Bret Easton Ellis' *American Psycho*" (2000).
- . "Hyperkonsumismus in Bret Easton Ellis' *American Psycho*" [unveröffentlichte Magisterarbeit]. Karl-Franzens-Universität Graz, 1999.
- Plimpton, George. "Tom Wolfe." *The Paris Review* 33/118 (Spring 1991): 92–121.
- Plummer, Joseph T. "Outliving the Myths." *Journal of Advertising Research*, Feb/Mar 1990. 26–28.
- P. N. "It's slippery at the top." *Forbes* 30 September 1991: 113–22.
- Poague, Leland. "Links in a Chain: Psycho and Film Classicism." *A Hitchcock Reader*. Eds. Marshall Deutelbaum and Leland Poague. Ames: Iowa State University Press, 1986. 340–49.
- Pold, Søren. "Ex Libris Literature in Media Urbanity. Media-realistic readings of urban novels and digital literature: Balzacs panorama, cinematographic Los Angeles novels, and writing the scripted spaces of the computer networks." Dissertation University of Aarhus, 2001.
- Pond, Steve. "Bruce Springsteen's 'tunnel' vision." *Rolling Stone* 5 May 1988: 38+.
- Post, Rehmi E. "Washable Computing and Smart Environments/Mode als Medium der digitalen Kultur." Vortrag am 22.04.1999 im Rahmen der Ausstellung *fastforward-mode in den medien der 90er jahre*, Wien: Künstlerhaus, 16. April – 6. Juni 1999.
- Postman, Neil. *Wir amüsieren uns zu Tode*. Frankfurt a/M: Fischer, 1985.
- "Potential candidate Trump speaks his mind in Twin Cities." *Star Tribune* 8 January 2000.
- Powdermaker, Hortense. *Hollywood, the Dream Factory: An Anthropologist's Looks at the Movie-Makers*. Boston: Little, Brown & Co., 1950.
- Powers, John. "The MTV Novel Arrives." *Film Comment* (December 1985): 44.
- Powledge, Fred. "Yuppies and Microwaves." *The Progressive* 53/12 (1989): 46.
- Pralle, Uwe. "Die Untoten von LA." *Neue Züricher Zeitung* 7. Dezember 1995: 19.
- Prato, Paolo. *Dizionario di Pop & Rock*. Milano: Valliardi, 1996.
- Pretting, Gerhard. Privater Abzug eines Gesprächs über das Wesen der Marke mit dem Medienwissenschaftler Norbert Bolz für Radio Ö1 (ORF). Wien, im Juni 1997.
- Pretz, Bernhard. *A Dictionary of Military and Technological Abbreviation and Acronyms*. London: Routledge & Megan Paul, 1983.
- Price, Theodore. *Hitchcock and Homosexuality*: Metuchen, NJ: Scarecrow, 1992.
- Pride, Dominic. "Kenny G. Conquers The World." *Billboard* 3 July 1993: 40–42.
- Puterbaugh, Parke. "The Sullivan Years: Happy Together-Sixties Rock." *Stereo Review* 57/5 (1992): 74B.

- Quindlen, Anna. "Publish or Perish." *The New York Times* 18 November 1990: D 17.
- Radakovich, Anka. Interview with Bret Easton Ellis. *New York Daily News* 8 November 1987: 6.
- Radano, Ronald M. "Interpreting Muzak: Speculations on Musical Experience in Every Life." *American Music* 7/4 (Winter 1989): 448–60.
- Randazzo, Sal. *Mythmaking on Madison Avenue*. Chicago: Probus, 1993.
- Raven, Hugh, Tim Lang, and Dumonteil, Caroline. *Off Our Trolleys: Food Retailing and the Hypermarket Economy*. London: Institute for Public Policy Research, 1995.
- Ravo, Nick. "A Fact of Life: Sex-Video Rentals." *The New York Times* 16 May 1990: C1, C8.
- Rawlinson, Nora. "American Psycho." *Library Journal* 15 January 1991: 147.
- . "Identifying the Enemy." *Library Journal* 15 February 1991: 114.
- "Ready-to-eat cereals." *Consumer Reports* 51 (October 1986): 628+.
- Reagan, Ronald. *Erinnerungen – Ein amerikanisches Leben*. Berlin: Propyläen, 1990.
- . "Inaugural Address: 20 January 1981." *Actor, Ideologue, Politician: The Public Speeches of Ronald Reagan*. Ed. Davis W. Houck and Amos Kiewe. Westport: Greenwood, 1993. 176–80.
- . "Inaugural Address: 20 January 1985." *Actor, Ideologue, Politician: The Public Speeches of Ronald Reagan*. Ed. Davis W. Houck and Amos Kiewe. Westport: Greenwood, 1993. 268–72.
- Rechy, John. "Less Than Zero." *Los Angeles Times Book Review* 26 May 1985: 11.
- Reed, Julia, et al. "The New American Establishment." *U.S. News & World Report* 8 February 1988: 36–84.
- "Reflections on Bundy." *National Review* 24 February 1989: 17–19.
- Reich, Charles A. *The Greening of America*. New York: Random House, 1970.
- Reid, Calvin. "Was it Censorship? Some Reactions." *Publishers Weekly* 30 November 1990: 10.
- Reuter, Madalynne. "Vintage To Issue Controversial Ellis Novel After S & S Cancellation." *Publishers Weekly* 30 November 1990: 8, 10.
- . "Vintage *American Psycho* Has Only Minor Changes From S & S Version." *Publishers Weekly* 8 March 1991: 6.
- Rice, Berkeley. "The Selling of Life-Styles: Are you what you buy? Madison Avenue wants to know." *Psychology Today* 22.3 (1988): 46–50.
- Richardson, Ken. "Supernatural Fairytales: The Progressive Rock Era." *Stereo Review* 61/12 (1996): 111.
- Riese, Utz. *Falsche Dokumente*. Leipzig: Reclam Verlag, 1993.
- Riesman, David, Nathan Glazer and Revel Denney. *The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character*. New Haven: Yale University Press, 1969.

- Riley, Michael and Nancy Traver. "Silent Sam' speaks up." *Time* 18 September 1989: 24–25.
- Robbins, Carla Anne. "How cocaine rules the law in Columbia." *U.S. News & World Report* 8 February 1988: 28–29.
- Robins, Max. "Son of Sam sparks tag-team tab tiff." *Variety* 20 September 1993: 1+.
- Robinson, Richard, et al., eds. *Rock Revolution*. New York: Popular Library, 1976.
- Rodenhouse, Mary Pat, ed. *Higher Education Directory 1998*. Falls Church: Higher Education Publications, 1997.
- Rosen, Craig. "Carlisle Go-Go's Back To Her Roots." *Billboard* 23 October 1993: 18–19.
- Rosenblatt, Roger. "Snuff This Book! Will Bret Easton Ellis Get Away with Murder?" *The New York Times Book Review* 16 December 1990: 3, 16.
- Rosenthal, Jack. "Tongue tide." *The New York Times Magazine* 1 August 1993: 12.
- ROTE LISTE® 2001. Stand: Januar 2001. Arzneimittelverzeichnis für Deutschland (einschließlich EU-Zulassungen und bestimmter Medizinprodukte).
- Roth, Philip. *The Counterlife*. New York: Farrar Straus & Giroux, 1987.
- Rothschild, Emma. *Paradise Lost: The Decline of the Auto-Industrial Age*. New York: Random House, 1973.
- Rubin, Merle. "Ellis in Blunderland." *The Advocate* 29 January 1991: 78–79.
- Rudolph, Barbara. "Forced to Make a Fresh Beginning." *Time* 16 February 1987: 46.
- Rule, Ann. *Stranger Beside Me*. New York: Signet, 1981.
- Runer, Edith "Marke: Schlüssel zum Erfolg." *Dolomiten-Wirtschaftskurier* 24. März 1999: 3.
- "Running with the pack." *Time* 27 May 1985: 62.
- Rushdie, Salman. "Crash." *The New Yorker* 15 September 1997: 68–69.
- Russel, John. "'Constable's England' Opens Salute From Britain." *The New York Times* 15 April 1983: C1, 2.
- Russell, Cheryl. "Question: What Do You Call a Yuppie Stockbroker." *American Demographics* 10.1 (1988): 2.
- Russell, George. "Rebuilding To Survive." *Time* 16 February 1987: 44–45.
- Ryan, Frederick J., Jr., ed. *Ronald Reagan: The Wisdom and Humor of The Great Communicator*. San Francisco: Collins, 1995.
- Sack, Robert David. *Plays, Modernity, and the Consumer's World*. Baltimore: John Hopkins University Press, 1992.
- Safire, William. "Linguaclip." *The New York Times Magazine* 19 September 1993: 28.
- Sahlin, Nikki. "'But This Road Doesn't Go Anywhere': The Existential Dilemma in *Less Than Zero*." *Critique* 33 (Fall 1991): 23–42.

- Salinger, J. D. *The Catcher in the Rye*. Boston: Little, Brown & Co, 1951.
- Sandberg-Diment, Erik. "New Supercalc offered as a rival to Lotus." *The New York Times* 16 September 1986: C4.
- Sanders, Ed. *The Family—The Story of Charles Manson's Dune Buggy Attack Battalion*. London: Panther, 1976.
- Sante, Luc. "The Glamorization of Violence." *Vogue* September 1994: 532–35, 617–18.
- Sartre, Jean Paul. *No Exit and Three Other Plays*. New York: Random House, 1945.
- Sax, Irene. "She's Got The 21 Club By The Reins." *Newsday*, 19 May 1988.
- Saxon, Wolfgang. "Charles Murphy, 82: Manhattan lawyer counseled 2 mayors." *The New York Times* 30 October 1992, late ed.: A23.
- Sayre, Robert. "Inventing Modern America: An Open University Project." *American Studies in Scandinavia* 21.2 (1989): 95.
- Scandura, Janette. "Aerobic circuit training." *Vogue* October 1989: 234, 236.
- Scardino, Albert. "Plunge Tests a Seer's Theory of Waves." *The New York Times* 23 October 1987: 24.
- Scarry, Elaine. *The Body in Pain, The Making and Unmaking of the World*. New York: Oxford University Press, 1985.
- Schachinger, Christian. "Literaturgedröhne einer amoralischen Gesellschaft." *Der Standard* [Wien] 27. September 1994: 28.
- . "Ironie ist die Sprache meiner Generation." *Der Standard* [Wien] 12. Oktober 1999: 17.
- Scheck, Denis. "Eine faszinierende Lüge interessiert mich weit mehr als eine langweilige Tatsache." *Börsenblatt* 14. Februar 1992: 22–28.
- Schecter, Martin. "Overkill." *Collages and Bricollages: The Journal of International Writing* 6 (1992): 57–62.
- Schifrin, Matthew. "If I were a Rich Man." *Forbes* 17 April 1989: 57–58.
- Schifrin, Matthew and Peter Newcomb. "A brain for sin and a bod for business." *Forbes* 1 October 1990: 162+.
- Schleier, Curt. "'Donahue' challenged by 'Oprah' ratings success." *Advertising Age* 19 January 1987: 30.
- Schlesinger, Arthur, Jr. "The New Mood in Politics." *Esquire* January 1960: 58–60.
- Schmid, David F. "Surface Tension: The Representation of Serial Murder in Bret Easton Ellis's 'American Psycho'." Paper, Stanford University. O. J. 66–93.
- . *Mad, Bad, and Dangerous to Know: Serial Murder and Contemporary American Culture*. Dissertation Stanford University, 1995.
- Schnecklot, Tim. "Frank Zappa." *Down Beat* September 1989: 84–85.
- Schruers, Fred. "It's Dave's world, we only live in it." *Rolling Stone* 29 December 1994: 30+.
- Schütze, Jochen C. "Aporien der Literaturkritik." In *Postmoderne: Zeichen eines kulturellen Wandels*. Hg. Andreas Huyssen und Klaus R. Scherpe. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1986.



- Schumacher, Michael. *Reasons to Believe: New Voices in American Fiction*. New York: St. Martin's Press, 1988: 121.
- Seim, Roland. *Zwischen Medienfreiheit und Zensureingriffen*. Dissertation Universität Münster, 1997. Münster: Telos-Verlag, 1997.
- Seim, Roland und Josef Spiegel: *Der kommentierte Bildband zu 'Ab 18' – zensiert, diskutiert, unterschlagen. Zensur in der deutschen Kulturgeschichte*. Münster: Telos-Verlag, 2001.
- Selberg, Torunn. "Television and Ritualization of Everyday Life." *Journal of Popular Culture* 26.4 (Spring 1993): 3–10.
- Seligman, Daniel. "Looking Backward: The System Worked." *Fortune* 26 March 1990: 183.
- Seltzer, Mark. "Serial Killers (1)." *Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies* 5.1 (1993): 92–128.
- Settle, Robert B. and Pamela L. Alreck. *Why They Buy: American Consumers Inside and Out*. New York: Wiley, 1986.
- Shapiro, Leonard. "'Jimmy the Greek' Says Blacks Are 'Bred' for Sports." *The Washington Post* 16 January 1988: A1.
- Shapiro, Walter. "The Birth and – Maybe – Death of Yuppiedom." *Time* 8 April 1991: 65.
- Sharrett, Christopher. "New movie monsters." *USA Today Magazine* September 1991: 79.
- Shattuc, Jane M. *The Talking Cure*. New York: Routledge, 1997.
- Shenk, David. "Wider den Datensmog." *Der Spiegel* 10. Mai 1999: 156.
- Shenk, Joshua Wolf. "The ghost of Tom Joad: while Washington tries to deny reality, Bruce Springsteen faces it." *Washington Monthly* 29/1–2 (1997): 9–10.
- Sheppard, R.Z. "Yuppie Lit: Publicize or Perish." *Time* 19 October 1987: 65.
- . "A Revolting Development." *Time* 29 October 1990: 100.
- Shklovsky, Victor. "Art As Technique." *Russian Formalist Criticism: Four Essays*. Ed. Lee T. Lemon and Marion J. Reis. Lincoln: University of Nebraska Press, 1965.
- Shnayerson, Michael. "A New Jay Dawning." *Vanity Fair* May 1992: 150, 153–54, 190–98.
- Short, Randall. "Big Mack; Sting's debut in the 3 Penny Opera is a crossover dream come true." *Vogue* November 1989: 424–25.
- Sievers, Burkard. "Beyond the Surrogate of Motivation." *Organization Studies* 7.4 (1986): 335–51.
- Simel, Steve. "Tunnel of Love." *Stereo Review*. 53/1 (1988): 26–28.
- . "Rattle and Hum." *Stereo Review*. 54/1 (1989): 116–17.
- Simpson, Philip L. *Psycho Paths: Tracking the Serial Killer Through Contemporary American Film and Fiction*. Dissertation U of Southern Illinois, 2000. Carbondale: SIU, 2000.
- Skow, John. "Onward And Yupward." *Time* 6 1992: 38.
- Slansky, Paul. *The Clothes Have No Emperor: A Chronicle of the American '80s*. New York: Simon & Schuster, 1989.

- Smith, Liz. "Donald Trump." *New York* 25 April 1988: 113–15.
- Smith, Verne and Peter Annin. "A Killer's Confessions." *Newsweek* 26 August 1991: 23.
- Snead, Elizabeth. "The Place To Be and Be Seen In New York." *Fort Lauderdale News & Sun-Sentinel* 16 July 1988.
- Snowman Daniel and Malcolm Bradbury. "The Sixties and Seventies." *An Introduction to American Studies*. Ed. Malcolm Bradbury. Harlow: Longman, 1995. 267–95.
- Sobel, Robert. *The Manipulators: America in the Media Age*. Garden City: Anchor Press, 1976.
- Sorensen, Theodore C. *Kennedy*. New York: Harper & Rowe, 1965.
- Sorkin, Michael. "See You in Disneyland." *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. Ed. Michael Sorkin. New York: Hill and Wang, 1992: 205–32, 249.
- Soros, George. "Die kapitalistische Bedrohung." *Die Zeit* 17. Januar 1997: 6.
- "Special Feature: Editorial Judgement or Censorship? The Case of 'American Psycho'." *The Writer* 1 May 1991: 20–23.
- Special Report. "The Reagan's Assassination Attempt." *Newsweek* 13 April 1981: 31–46.
- SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG, Hg. "Wahnsinn USA: Land der Extreme." *Spiegel Special* 2/1996. 146 Seiten.
- Spoto, Donald. *Alfred Hitchcock. Die dunkle Seite des Genies*. Hamburg: E. Kabel, 1984.
- Stade, George. "Hopping, Popping and Copping." *The New York Times Book Review* 18 September 1994: 14.
- Stanley, Alessandra. "Faith in a true believer: Oliver North draws support from conservatives and charismatics." *Time* 16 February 1987: 23.
- Stanzel, Franz K. *Theorie des Erzählens*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1995.
- Steacy, Anne. "Battle of the gossips." *Maclean's* 18 April 1988: 52.
- Steinberg, Sybil. "Less Than Zero." *Publishers Weekly* 12 April 1985: 86+.
- Steingarten, Jeffrey. "Surveying New York's Volatile Restaurant Scene." *Vogue* September 1990: 490–98.
- Stern, Howard. *Private Parts*. New York: Simon & Schuster, 1993.
- . *Miss America*. New York: HarperPaperback, 1995.
- Steur, Horst. *Der Schein und das Nichts*. Arbeiten zur Amerikanistik 13. Hg. Peter Freese. Essen: Die Blaue Eule, 1995.
- Stevenson, Robert Louis. *Dr. Jekyll and Mr. Hyde*. New York: Charles Scribner's Sons, 1986.
- Stobart, Paul. *Brand Power*. New York City: New York University Press, 1994.
- Störig, Hans Joachim. *Kleine Weltgeschichte der Philosophie 2*. Frankfurt a/M: Fischer, 1983.
- Storey, John. *Cultural Studies & The Study of Popular Culture: Theories and Methods*. Athens: U of Georgia, 1996.

---. *An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture*. Hertfordshire: Harvester Wheatsheaf, 1997.

Strick, David. *Our Hollywood*. New York: Atlantic Monthly Press, 1988.

Strinati, Dominic. *An introduction to theories of popular culture*. London: Routledge, 1995.

Stubblefield, Patricia Elisabeth. *New York's 'Brat Pack' and the postmodern novel of manners (Tama Janovitz, Jay McInerney, Bret Easton Ellis)*. Dissertation U of South Carolina, 2001. Ann Arbor: UMI, 2002.

Sturza, Evan. "What's in a name? Billions." *Forbes* 28 November 1988: 206–7.

Talley, André Leon, ed. "All about Estée." *Vogue* May 1990: 268–70, 324.

Tannenbaum, Rob. "The Hard Truth About Guns N' Roses." *Rolling Stone* 17 November 1988: 60–68, 164.

Tanner, Laura. *Intimate violence: Reading Rape and Torture in Twentieth-Century Fiction*. Indianapolis: Indiana University Press, 1994.

Taroni, Michaela. "Manifest für EU-Wahlen." *Dolomiten* [Bolzano/Bozen] 2. März 1999: 3.

Tartt, Donna. *The Secret History*. New York: Ballantine, 1993.

Teachout, Terry. "Applied Deconstruction." *National Review* 24 June 1991: 45–46.

"THE REAGAN WHITE HOUSE; TRANSCRIPT OF REAGAN'S SPEECH: 'I TAKE FULL RESPONSIBILITY FOR MY ACTIONS'." *The New York Times* 5 March 1987: A18.

"They Live To Buy". *Time* 23 March 1984: 54.

Thompson, Hunter S. *Fear and Loathing in Las Vegas*. New York: Vintage, 1998.

Thurow, Lester. *Head to Head: The Coming Economic Battle among Japan, Europe, and America*. New York: Warner Books, 1993.

Tiemstra, John P. "Theories of Regulation and the History of Consumerism." *International Journal of Social Economics* 19.6 (July 1992): 3–27.

Tobias, Philip. "Gedränge im Menschenzoo." *Spiegel Special* 12/1998: 64.

Tolmach Lakoff, Robin. *Talking Power: The Politics of Language*. New York: Basic Books, 1992.

Tooley, Jo Ann. "Making Muzak." *U. S. News & World Report* 30 October 1989: 82.

"Top Hundred, The." *Rolling Stone* 16 November 1989: 86.

"Top 200." [Brands report] *Marketing & Media Decisions* (July 1989): 39–99.

Toufexis, Anastasia. "Our Violent Kids." *Time* 12 June 1989: 52–58.

Tranquillo, Mary D. *Styles of Fashion*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1984.

T.R.B. "The Other Scandal." *The New Republic* 23 March 1987: 6.

Trump, Donald J. with Tony Schwartz. *Trump: The Art of the Deal*. New York: Warner Books, 1987.

Tschachler, Heinz. "Zwischen Opposition und Akzeptanz. Transatlantische Betrachtungen zur Literaturwissenschaft." *Lesarten: Literaturunterricht im interdisziplinären Vergleich*. Hg. Werner Delanoy, Helga Rabenstein und Werner Wintersteiner. Innsbruck: Österreichischer Studienverlag, 1996. 239–56.

Tucker, Ken. "The Splatterpunk Trend, And Welcome to It." *The New York Times Book Review* 24 March 1991: 13–14.

Tugendhat, Christopher. *The Multinationals*. New York: Random House, 1972.

Tuleja, Tad. *The New York Public Library Book of Popular Americana*. New York: Stonesong, 1994.

"20 years and still counting the hits for Genesis." *Billboard* 12 December 1992: 37.

Tyrnauer, Michael. "Who's Afraid of Bret Easton Ellis?" *Vanity Fair* August 1994: 94–97, 124–25.

Udovitch, Mim. "Intentional Phalluses." *The Village Voice* 25 February 1991: 65–66.

Underwood, Elaine. "Why I'm a home shopper." *Brandweek* 19 April 1993: 23–28.

Uthmann, Jörg von und Horst Hamann. *Merian Classic*. New York. München: Gräfe und Unzer, 1998.

Vale, V. and Andrea June, eds. *Incredibly Strange Music*. Vol. 1. San Francisco: RE/SEARCH Publications, 1993.

van Elteren, Mel. "Conceptualizing the Impact of US Popular Culture Globally." *Journal of Popular Culture* 30.1 (Summer 1996): 47–89.

Vasey, Ruth. "The Media." *Modern American Culture*. Ed. Mick Gidley. New York: Longman, 1993. 213–38.

Viles, Peter. "Stern builds loyal advertiser following." *Broadcasting* 2 November 1992. 53–54.

Virilio, Paul. "Die optische Täuschung des Fortschritts." *Der Standard/Album* 15./16. September 2001.

"Von Frauen besessen: Amerikas Schockspezialisten Bret Easton Ellis und James Ellroy über Liebe, Literatur und Alkohol." *Vogue* April 1993: 223.

Voßmann, Ursula. *Paradise Dreamed: Die Hölle der 80er Jahre in Bret Easton Ellis' Roman 'American Psycho'*. Arbeiten zur Amerikanistik 28. Hg. Peter Freese. Essen: Die Blaue Eule, 2000.

Wachtel, Paul L. *The Poverty of Affluence: A Psychological Portrait of the American Way of Life*. New York: Free Press, 1988.

Wainwright, Loudon. "Not a dry eye: from commercials to sports to talk shows, they're milking it for tears." *Life* 4 April 1988: 23.

Waldenberger, Peter. "Auch in der Hölle gibt es Sterne: Porträt des New Yorker Autors Bret Easton Ellis." *Tonspuren*. Wien: ORF. Radio Ö1, 5/12/1999.

Waldman, Steven. "What is an American?" *Newsweek* 10 July 1995: 16–23.

- Walker, Ben. "Extremes and Radicalism in the Postmodern and the Popular: A Study of Transgression in Bret Easton Ellis' 'American Psycho'." *The Bakhtin Center*, 9 September 1998, Paper available at Department of English Literature. U of Sheffield, 1998.
- Walker, Chip. "What's in a name?" *American Demographics* 13.2 (1991): 54+.
- Walkowicz, Judith R. "Jack the Ripper and the Myth of Male Violence." *Feminist Studies* 8.3. Fall 1982: 542–74.
- Watkins, Evan. *Throwaways: Work, Culture and Consumer Education*. Stanford: Stanford University Press, 1993.
- Waugh, Coulton. *The Comics*. New York: Luna Press, 1947.
- Weiner, Ed. "Sympathy For the Devil." *The New York Times Book Review* 31 January 1988: 24.
- Weiss, Michael J. *Latitudes & Attitudes: An Atlas of American Tastes, Trends, Politics, and Passions*. Boston: Little, Brown & Co., 1994.
- Weissenberg, Clare. *This is not an Exit: Reading Bret Easton Ellis*. Essex: U Press of Essex, 1997.
- Wekesser, Carol. *Pornography: Opposing Viewpoints*. San Diego: Greenhaven, 1997.
- Weldon, Fay. "Now You're Squeamish?" *Washington Post* 28 April 1991: C1, C4.
- Wellershoff, Marianne und Rainer Traub. "Spiegel-Gespräch: Überall Bilder von perfektem Sex. Die Autoren Bret Easton Ellis und Michel Houellebecq über Moral, Gewalt und Schönheitsterror." *Der Spiegel* 25. Oktober 1999: 211–17.
- Welles, Sarah. "Taming the TV talkshow." *Television Quarterly* 28/3 (Summer 1996): 41–49.
- Wells, Alan. "Popular Music: Emotional Use and Management." *Journal of Popular Culture* 24.1 (Summer 1990): 105–17.
- Wengierek, Reinhard. "Der gewöhnliche Kannibalismus." *Die Welt* 15. September 1997: 15.
- Wersich, Rüdiger B., Hg. *USA-Lexikon*. Berlin: Schmidt, 1995.
- Wesson, Carol. *Women Who Shop Too Much: Overcoming the Urge to Splurge*. New York: St. Martin's Press, 1990.
- Whyte, William H. *The Organization Man*. New York: Simon & Schuster, 1956.
- Wiesendanger, Kurt. "Heterosexismus und Homophobie." *Psychoscope* 2/2002. Vol. 23: 6–9.
- Wild, David. "The Book on Genesis." *Rolling Stone* 20 February 1992: 17.
- Wilkins, Mike. "A visit to 'The Home Shopping Club'." *Film Comment* 23 (March–April 1987): 70+.
- Will, George F. "Slamming The Doors." *Newsweek* 25 March 1991: 65–66.
- Will, Self. *Spass*. München: Luchterhand Literaturverlag, 1997. (Originaltitel: *My Idea of Fun*, 1993)
- Williams, Linda. *Hard Core: Power, Please, and the "Frenzy of the Visible"*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1989.
- . "Sex and Sensation." *The History of World Cinema*. Ed. Geoffrey Nowell-Smith. New York: Oxford University Press, 1996: 490–96.
- Williams, Raymond. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. London: Croom Helm, 1976.

- Wilmes, Hartmut. "Alle sind gierig nach dem schnellen Geld." *Kölnische Rundschau* 12. August 1995.
- Winkler, Allan M. "Modern America: The 1960s, 1970s, and 1980s." In *Encyclopedia of American Social History*. Ed. Mary Kupiec Cayton, Elliott Gorn, and Peter Williams. New York: Charles Scribner's Sons, 1993.
- Winter, Rolf, Hg. *Der amerikanische Alptraum*. München: Heyne, 1992.
- Wolf, Matt. "Playing the Palace, London-style." *Variety* 10 March 1997: 52–53.
- Wolf, Naomi. "The Animal Speaks." *New Statesman & Society* 12 April 1991: 33–34.
- Wolfe, Tom. *The Bonfire of the Vanities*. New York: Bantam, 1987.
- Womack, James P., Daniel T. Jones, and Daniel Roos. *The Machine that Changed the World*. New York: Rawson, 1990.
- Wood, Robin. *Hitchcock's Films*. South Brunswick: A. S. Barnes, 1977.
- . *Hollywood from Vietnam to Reagan*. New York: Columbia University Press, 1985.
- Woods, Vicki. "The Real Ivana." *Vogue* May 1990: 246–51, 324.
- Yardley, Jonathan. "'American Psycho': Essence of Trash." *Washington Post* 27 February 1991: B1, B3.
- Young, Elizabeth J. "Psycho killers. Last Lines: How to Shock the English." *New Statesman & Society* 5 April 1991: 24.
- . "Children of the Revolution." *Shopping in Space: essays on America's blank generation fiction*. Eds. Elizabeth Young and Graham Caveney. New York: Atlantic Monthly Press, 1993. 1–20.
- . "The Beast in the Jungle, the Figure in the Carpet." *Shopping in Space: essays on America's blank generation fiction*. Eds. Elizabeth Young and Graham Caveney. New York: Atlantic Monthly Press, 1993. 85–122.
- . "Vacant Possession." *Shopping in Space: essays on America's blank generation fiction*. Eds. Elizabeth Young and Graham Caveney. New York: Atlantic Monthly Press, 1993. 21–42.
- Young, Elizabeth and Graham Caveney, eds. *Shopping in Space: essays on America's blank generation fiction*. New York: Atlantic Monthly Press, 1993.
- Young, Pamela. "The Magic Musicals." *Maclean's* 27 March 1999: 40+.
- Zagat, Tim and Nina Zagat. *Zagat Survey: New York City Restaurants 1991*. New York: Zagat Survey, 1990.
- Zahavi, Helen. *Dirty Weekend*. MacMillan: 1991.
- Zaller, Robert. "'American Psycho', American Censorship, and the Dahmer Case." *Revue Française D'Etudes Americaines* (July 1993): 317–25.
- Zoglin, Richard. "People Sense the Realness." *Time* 15 September 1986: 99.
- . "Stirring up the comrades; Phil Donahue takes his talk show to the Soviet Union." *Time* 16 February 1987: 76–77.

---. "Lady with a Calling." *Time* 8 August 1988: 62+.

---. "Politics, Late-Night Style." *Time* 12 June 1989: 66.

---. "Invasion of the Wild Things: TV is overrun with thrills, chills and delicious horrors." *Time* 6 November 1989: 88–89.

Zoglin, Richard and Richard Corliss. "New Dave Dawning." *Time* 30 August 1993: 50+.

Zoglin, Richard, et al. "A Walk on the Seamy Side." *Time* 31 October 1988: 78–79.

Zopf, Hubert, Hg. *Amerikanische Literaturgeschichte*. Stuttgart: J. B. Metzler, 1996.

Zrzavy, Helfried C. "Issues of Incoherence and Cohesion in New Age Music." *Journal of Popular Culture* 24.2 (Fall 1990): 33–53.

## Webverzeichnis

Das Verzeichnis der Internetquellen stellt eine Auflistung von – für diese Dissertation relevanten – Websites und benutzten Suchmaschinen wie Enzyklopädien und fachspezifischen Interessensverbänden bis Dezember 2004 im Netz dar, wo Informationen zum Autor Bret Easton Ellis, zum Roman *American Psycho* und zur amerikanischen Populärkultur der 1980er-Jahre sowie zum Waren- und Dienstleistungsangebot von Unternehmen und ihren Produkten wie Marken der Achtzigerjahre recherchiert und abgerufen wurden.

### INTERVIEWS mit BRET EASTON ELLIS

Amerika, Mark and Alexander Laurence. "Interview with Bret Easton Ellis." 1994. Accessed 2 March 1999. <[http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/bret\\_easton\\_ellis.html](http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/bret_easton_ellis.html)>.

Barnes and Noble *Chat Transcript*, 13 June 1998. Accessed 1 February 2002. <<http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/bnchat1.html>>.

Barnes and Noble *Chat Transcript*, 19 January 1999. Accessed: 1 February 2002. <<http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/bnchat2.html>>.

Clarke, Jamie. "Interview with Bret Easton Ellis." Part I. 4 November 1996. Accessed 10 June 2001. <<http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint1.html>>.

Clarke, Jamie. "Interview with Bret Easton Ellis." Part II. 4 November 1996. Accessed 10 June 2001. <<http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint2.html>>.

Clarke, Jamie. "Interview with Bret Easton Ellis." Part III. 22 October 1998. Accessed 10 June 2001. <<http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint3.html>>.

Clarke, Jamie. "Interview with Bret Easton Ellis." Part IV. 22 October 1998. Accessed 10 June 2001. <<http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/clarkeint4.html>>.

Institute of Contemporary Arts Writers Talk. "Bret Easton Ellis in conversation with Mark Lawson." Accessed 13 May 2003. <<http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/bretinterview.html>>.

Rose, Charlie. *A Conversation About 'American Psycho'* ©Charlie Rose Part 1 and Part 2. 13 April 2000. Accessed 13 May 2003. <<https://www.youtube.com/watch?v=n2fJxoTUnT8>>.

Shulman, Randy. "The Attractions of Bret Easton Ellis: Author of 'American Psycho' and 'Less than Zero' discusses his latest film adaptation, 'Rules of Attraction'." 9 October 2002. Accessed 2 March 2004. <<https://www.metroweekly.com/2002/10/the-attractions-of-bret-easton>>.

The Globe.com *Chat Transcript*. 19 January 1999. Accessed 27 October 2001. <<http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/globechat.html>>.

Wired Digital, ed. "Bret Easton Ellis on Hotwired." 29 September 1995. Accessed 10 September 1997. <<http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/ellishotwired.html>>.

### ELEKTRONISCHE PUBLIKATIONEN zu BRET EASTON ELLIS und *AMERICAN PSYCHO*

*404 Not Found. American Psycho*, [www.americanpsycho.com](http://www.americanpsycho.com). Accessed 24 January 2002.

Battersby, Eileen. "From the moral low-ground." *Irish Times* 25 February 1999. Accessed 3 March 2002. <<http://www.oocities.org/athens/forum/8506/Ellis/irish2-99.html>>.



Blazer, Alex E. "Chasms of Reality, Aberrations of Identity: Defining the Postmodern through Bret Easton Ellis's *American Psycho*." *Americana: The Journal of American Popular Culture*. Vol. 1/2 (1900–present), Fall 2002. Accessed 13 May 2004. <[http://www.americanpopularculture.com/journal/articles/fall\\_2002/blazer.htm](http://www.americanpopularculture.com/journal/articles/fall_2002/blazer.htm)>.

"Bret Easton Ellis - Official." *Bret Easton Ellis*, [www.breastonellis.com](http://www.breastonellis.com). Accessed 2 March 2002.

*404 Not Found*. Davies, Jennifer. "Mr. Outside." *metroactive.com*, 15 August 1996. Accessed 9 September 1997. <<https://www.metroactive.com/features/coupland.htm>>. 1–11.

*Entertainment Weekly*. "American Psycho." Accessed 24 January 2002. <<https://ew.com/search/?q=%22American+Psycho%22>>.

Jackson, Bill. "American Psycho. More than it seems." *The Tech* 111/18 (1991): 1. Accessed 9 September 1997. <<http://www-tech.mit.edu/V111/N18/jackso.18o.html>>.

*Page Not Available - Missing Link* – Keats, Jonathon. "Great American novelist." *Salon.com*, 22 Jan 1999. Accessed 16 June 2000. <[http://www.salon.com/books.feature/1999/01/cov\\_22feature.html](http://www.salon.com/books.feature/1999/01/cov_22feature.html)>.

*404 Not Found*. Kile, Crystal. "Recombinant Realism/Calitopian Re-Dreaming: Beverly Hills 90210 as Nostalgia Television." *Bad Subjects*, 8 October 1993. Accessed 16 June 2001. <<http://eserver.org/bs/o8/Kile.html>>.

Klein, Joshua. "Bret Easton Ellis. American Psycho?" *The Onion A.V. Club* 35/10, 17 March 1999. Accessed 10 June 2002. <<https://www.avclub.com/bret-easton-ellis-1798208018>>.

*404 Not Found*. Knox, Malcolm. "Censorial deprivation: Malcolm Knox laments the march of the philistines." *The Sydney Morning Herald*, 12 August 2000. Accessed 2 December 2003. <<http://old.smh.com.au/news/0008/12/text/spectrum3.html>>.

*Page Not Available - Missing Link* – "Lolita." *CNN*, 1999. <<http://europe.cnn.com/SPECIALS/books/1999/nabokov/lolita.sociological.essay>>. Accessed 3 April 2002.

*Page Not Available - Missing Link* – McNeil, Dan. "Book Review: *American Psycho*." *laurahird.com*. Accessed 17 September 2004. <<http://www.laurahird.com/newreview/americanpsycho.html>>.

*404 Not Found*. Morgan, Stephanie S. "To Live and Die in L. A." *The Chronicle*, 14 September 1995. Accessed 21 April 1999. <<http://www.chronicle.duke.edu/chronicle/95/09/14/so6ToLive.htm>>.

Pfohlmann, Oliver. "Kamerafahrt in den Irrsinn." *literaturkritik.de: Rezensionsforum für Literatur und für Kulturwissenschaft*, 12/1999. Accessed 17 September 2004. <<https://literaturkritik.de/id/674>>.

*Page Not Available - Missing Link* – Schrage, Dominik. "Integration durch Attraktion: Konsumismus als massenkulturelles Weltverhältnis." *Eurozine.com*, 13 Jan 2004. Accessed 17 September 2004. <<http://www.eurozine.com/article/2004-01-13-schrage-de.html>>.

*The Bret Easton Ellis Page*, [www.ooocities.org/athens/forum/8506](http://www.ooocities.org/athens/forum/8506). Accessed 2 March 2002. (Fanpage serving as an archive for a broad variety of web interviews with the author)

*Page Not Available - Missing Link* – Winnberg, Jakob (1999): "‘This is not an exit’: The Portrayal and Criticism of Existentialism in Bret Easton Ellis's *American Psycho*" (gekürzte und bearbeitete Version seines BA Essays 1995). Accessed 14 May 2002. <<http://www.hum.gu.se/~engjw/>>.

*404 Not Found*. Zine, Nick. "*The Informers* by Bret Easton Ellis." *NickZine* homepage, 25 July 2002. Accessed 23 March 2004. <<http://www.noguelph.ca/~ndinky/ellis.htm>>.

## ELEKTRONISCHE PUBLIKATIONEN zur POPULÄRKULTUR DER 1980er-JAHRE

### Generelle Suchmaschinen und Online-Enzyklopädien

*Allgemeinbildung* | *Wissenstest* | *Lexikon* | *Wörterbücher* | *Suche* | *wissen.de*. [www.wissen.de](http://www.wissen.de). Last access 30 September 2022.

*Amazon.com*. *Spend Less. Smile More*. [www.amazon.com](http://www.amazon.com). Last access 30 September 2022.

*Encyclopædia Britannica, Inc.* [www.britannica.com](http://www.britannica.com). Last access 30 September 2022.

GmbH, Frankfurter Allgemeine Zeitung. "Frankfurter Allgemeine Zeitung." *Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH* 2001 - 2022, [boersenlexikon.faz.net](http://boersenlexikon.faz.net). Last access 30 September 2022.

*Google*. [www.google.com](http://www.google.com). Last access 30 September 2022.

Pmo, Wipo Gipp. *WIPO IP Portal*. [ipportal.wipo.int](http://ipportal.wipo.int). Last access 30 September 2022

*Wikipedia*. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org). Last access 30 September 2022.

### Webseiten zu Ronald Reagan und Politik

404 Not Found. "Reagan. 'The Great Communicator': He evolved From Performer to Orator." *Nbc4.com*, <<http://wxnet4.nbc4.com/sh/news/stories/nat-news-20000412.html>>. Accessed 12 April 2002.

*Ronald Reagan Presidential Library and Museum* | *Ronald Reagan*, [www.reaganlibrary.gov](http://www.reaganlibrary.gov). Accessed 4 March 2002.

Summers, Robert S. "Ronald Reagan - Presidents of the United States (POTUS)." *Ipl: Information You Can Trust*, [www.ipl.org:443/div/potus/rwreagan.html](http://www.ipl.org:443/div/potus/rwreagan.html). Accessed 4 March 2002.

The White House. "Ronald Reagan." *The White House*, 18 Jan. 2021, [www.whitehouse.gov/about-the-white-house/presidents/ronald-reagan](http://www.whitehouse.gov/about-the-white-house/presidents/ronald-reagan). Accessed 4 March 2002.

*Welcome to the American Presidency Project* | *the American Presidency Project*. [www.presidency.ucsb.edu](http://www.presidency.ucsb.edu). Accessed 4 March 2002.

### Webseiten zu Film und Fernsehen

404 Not Found. <http://www.grauen.de>. Accessed 8 June 2002.

404 Not Found. *Teledata.de*, <http://www.easytrade.teledata.de>. Accessed 29 April 2002.

"IMDb: Ratings, Reviews, and Where to Watch the Best Movies and TV Shows." *IMDb*, [www.imdb.com](http://www.imdb.com). Accessed 5 April 2002.

"Kinomagazin - Neues Aus Der Filmwelt." *Spielfilm.de*, [www.spielfilm.de](http://www.spielfilm.de). Accessed 5 April 2002.

"Prisma – TV-Programm, Kino Und Mehr." *Prisma*, [www.prisma.de](http://www.prisma.de). Accessed 5 April 2002.

### Webseiten zu Musik

"AllMusic | Record Reviews, Streaming Songs, Genres and Bands." *AllMusic*, [www.allmusic.com](http://www.allmusic.com). Accessed 23 November 2002.

Penske Media Corporation, LLC. *The Rolling Stone Magazine*, [www.rollingstone.com](http://www.rollingstone.com). Accessed 23 November 2002.

Productions, Pore-Lee-Dunn. *ClassicBands.com*, [www.classicbands.com](http://www.classicbands.com). Accessed 7 November 2002.

*404 Not Found. Stylus Magazine*, [www.stylusmagazine.com](http://www.stylusmagazine.com). Accessed 9 December 2002.

*The History of Rock and Roll*, [www.history-of-rock.com](http://www.history-of-rock.com). Accessed 23 November 2002.

## **Webseiten zu Architektur, Design, Kunst und Mode**

*Architonic AG*, [www.architonic.com](http://www.architonic.com). Accessed 10 May 2003.

*Art cyclopedia: The Fine Art Search Engine*, [www.artcyclopedia.com](http://www.artcyclopedia.com). Accessed 1 July 2002.

*Buy, Sell, and Research Contemporary Art Online: Artnet*, [www.artnet.com](http://www.artnet.com). Accessed 1 July 2002.

*Fashion-Base.de*, [www.fashion-base.de](http://www.fashion-base.de). Accessed 15 February 2002.

*Fashiondex*, [www.fashiondex.com](http://www.fashiondex.com). Accessed 15 February 2002.

*Fashion Encyclopedia*, [www.fashionencyclopedia.com](http://www.fashionencyclopedia.com). Accessed 15 February 2002.

*Healthy Hair Care | Skin Products | Body Wraps | Beauty Products | Hair Vitamins*. [www.worldofhair.com](http://www.worldofhair.com). 3 May 2003.

## **Webseiten zu Bildungseinrichtungen**

“A Great Public College in New York City | Hunter College.” *Hunter College*, [www.hunter.cuny.edu](http://www.hunter.cuny.edu). Accessed 22 October 2003.

“An Independent and Inclusive Coed Boarding High School.” *Andover | an Independent and Inclusive Coed Boarding High School*, [www.andover.edu](http://www.andover.edu). Accessed 22 October 2003.

*Attention Required! | Cloudflare*, [www.stephens.edu](http://www.stephens.edu). Accessed 22 October 2003.

*Bennington College | Bennington College*, [www.bennington.edu](http://www.bennington.edu). Accessed 22 October 2003.

*Choate Rosemary Hall | Private Boarding and Day School*, [www.choate.edu](http://www.choate.edu). Accessed 22 October 2003.

*Columbia University in the City of New York*, [www.columbia.edu](http://www.columbia.edu). Accessed 22 October 2003.

Communications, Nyu Web. *NYU*, [www.nyu.edu](http://www.nyu.edu). Accessed 22 October 2003.

*Deerfield Academy*, [deerfield.edu](http://deerfield.edu). Accessed 22 October 2003.

*Groton School | Boarding School in Groton, Massachusetts*, [www.groton.org](http://www.groton.org). Accessed 22 October 2003.

*Hampden-Sydney College Homepage*, [www.hsc.edu](http://www.hsc.edu). Accessed 22 October 2003.

*Harvard University*, [www.harvard.edu](http://www.harvard.edu). Accessed 22 October 2003.

*Home - Connecticut Boarding School | the Hotchkiss School*, [www.hotchkiss.org](http://www.hotchkiss.org). Accessed 22 October 2003.

“Home.” *Kellogg School of Management*, [www.kellogg.northwestern.edu](http://www.kellogg.northwestern.edu). Accessed 22 October 2003.

*Home - the Lawrenceville School*, [www.lawrenceville.org](http://www.lawrenceville.org). Accessed 22 October 2003.

“Institut Le Rosey | World-renowned Swiss Boarding School.” *Institut Le Rosey*, [www.rosey.ch](http://www.rosey.ch). Accessed 22 October 2003.

*Kent School | Home*, [www.kent-school.edu](http://www.kent-school.edu). Accessed 22 October 2003.

*Milton Academy*, [www.milton.edu](http://www.milton.edu). Accessed 22 October 2003.

*Phillips Exeter Academy | Exeter*, [www.exeter.edu](http://www.exeter.edu). Accessed 22 October 2003.

“PMC Home.” *Pine Manor College*, [www.pmc.edu](http://www.pmc.edu). Accessed 22 October 2003.

*Radcliffe Institute for Advanced Study at Harvard University*, [www.radcliffe.harvard.edu](http://www.radcliffe.harvard.edu). Accessed 22 October 2003.

*Rollins College | Liberal Arts College in Winter Park, Florida*, [www.rollins.edu](http://www.rollins.edu). Accessed 22 October 2003.

*St. Albans School | Washington, DC.*, [www.stalbansschool.org](http://www.stalbansschool.org). Accessed 22 October 2003.

404 Not Found. *Saint Paul's College*, [www.saintpauls.edu](http://www.saintpauls.edu). Accessed 22 October 2003.

“Small College. Big Outcomes.” *Vermont Technical College*, [www.vtc.edu](http://www.vtc.edu). Accessed 22 October 2003.

*Stanford University*, [www.stanford.edu](http://www.stanford.edu). Accessed 22 October 2003.

*Sweet Briar College – Women Making History*, [www.sbc.edu](http://www.sbc.edu). Accessed 22 October 2003.

*The Dalton School Home Page*, [www.dalton.org](http://www.dalton.org). Accessed 22 October 2003.

*UCLA*, [www.ucla.edu](http://www.ucla.edu). Accessed 22 October 2003.

*University of Pennsylvania*, [www.upenn.edu](http://www.upenn.edu). Accessed 22 October 2003.

*Vassar College Home | Vassar College*, [www.vassar.edu](http://www.vassar.edu). Accessed 22 October 2003.

“The Wharton School of the University of Pennsylvania.” *The Wharton School*, [www.wharton.upenn.edu](http://www.wharton.upenn.edu). Accessed 22 October 2003.

*Welcome to Sarah Lawrence College*, [www.sarahlawrence.edu](http://www.sarahlawrence.edu). Accessed 22 October 2003.

## **Webseiten zu fachspezifischen Nachschlagewerken der Populärkultur**

*Page Not Available - Missing Link – Amerikanische Warenzeichen und Verbraucherprodukte*. Wickert, Christian, ed. 25 June 1998. University of Mainz. Accessed 5 November 1999. <<http://www.fask.uni-mainz.de/ze/term/wickert.html#AM1>>.

*Big Cartoon Database, The*. 1997. Accessed 23 March 2002. <<https://www.bcdb.com>>.

*Magazine Americana*. Wilson, Leslie, ed. 2004. Americana: Institute for the study of American Popular Culture. Accessed 17 September 2004. <<http://www.americanpopularculture.com>>.

Maloney, J. J. and J. Patrick O'Connor, eds. *crimemagazine.com*, 16 June 2000. Accessed 8 August 2002. <<http://www.crimemagazine.com>>.

404 Not Found. *Metagrid Newspaper and Magazine Index*. INTF Medien. Accessed 14 May 2001. <<http://www.metagrid.de>>.

404 Not Found. *Writer's Dreamtools: History by Decades*. Belling, Larry, ed. 2003. Belling Productions. Accessed 2 Dec 2003. <<http://www.writersdreamtools.com/view/decades>>.

## Fachspezifische Internet-Artikel für die Lexikon-Einträge zur Populärkultur

Anderson, Kevin. "World: Americas 'The Donald' through deals and divorces." *BBC online network*, 8 October 1999. Accessed 9 May 2002. <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/468462.stm>>.

Biel, Michael. 1997. "The Amalgamated Network and the WNEW Call." *Old Time Radio Digest*, 7 February 2002. Accessed 19 November 2002. <<https://jeff560.tripod.com/am8.html>>.

Page Not Available - Missing Link – *Christ-Centered Mall*. Accessed 5 September 2002. <<http://www.christcenteredmall.com/news/politics/republican-race/trump-profile.htm>>.

Dolkart, Andrew S., ed. 2003. *Columbia University*. "The Architecture and Development of New York City with Andrew S. Dolkart." Accessed 2 December 2003. <[http://c250.columbia.edu/c250\\_celebrates/nyc\\_architecture.html](http://c250.columbia.edu/c250_celebrates/nyc_architecture.html)>.

Page Not Available - Missing Link – "Donald John Trump." *CNN*, 1999. Accessed 5 September 2002. <<http://europe.cnn.com/interactive/allpolitics/9909/candidate.bios/trump.html>>.

eHealthcare Solutions, Inc. "AIDS Information, Education, Action, Awareness - HIV, AIDS Facts." *AIDS Information, Education, Action, Awareness*, [www.aids.org](http://www.aids.org). Accessed 12 October 2003.

Human Rights First -*The New Name of the Lawyers Committee for Human Rights*. <<http://www.lchr.org/a/34/19/trump.html>>. Accessed 5 September 2002.

Inc. Staff. "The Gang That Got Away." *Inc.com*. <<https://www.inc.com/magazine/19880901/5938.html>>. Accessed 25 April 2002.

404 Not Found. <<http://www.interest.de/online/tkglossar/Einschaltquote.htm>>. Accessed 13 May 2002.

Japan Times Ltd., The. "Ex-Heiwa chief ordered to pay penalty taxes." *The Japan Times-online* 21 July 2004. Accessed 3 November 2004. <<https://www.japantimes.co.jp/news/2004/07/21/national/ex-heiwa-chief-ordered-to-pay-penalty-taxes/#.W3AoLHf5xE4>>.

404 Not Found. *Kinokasse.de AG*. "Rambo." 2001. Accessed 11. May 2002. <<http://www.film.de/film/kino/1807.shtml>>.

404 Not Found. *Kinokasse.de AG*. "Rambo 2 – Der Auftrag. 2001." Accessed 11. May 2002. <<http://www.film.de/film/kino/31.53.shtml>>.

404 Not Found. *Kinokasse.de AG*. "Sylvester Stallone." 2001. Accessed 11 May 2002. <<http://www.film.de/stars/html/1472.shtml>>.

Mikkelson, Barbara and David P. Mikkelson. "Rumors of War (Rambo Fore)" in *Snopes (Urban Legends Reference Pages)*. 1994. Accessed 11 May 2002. <<http://www.snopes.com/rumors/rambo.htm>>.

Page Not Available - Missing Link – Pioch, Nicolas: "WebMuseum, Rembrandt." Accessed 6 May 2002. <<http://www.ibiblio.org/wm/paint/auth/rembrandt>>.

Riccardi, Andrea. "Il Decalogo di Assisi per la Pace: Quello spirito ci può cambiare." *Avvenire* 7 marzo 2002. Accessed 28 July 2003. <<https://archive.santegidio.org/pageID/3/langID/it/itemID/500/Avvenire-Il-Decalogo-di-Assisi-per-la-Pace-Quello-spirito-ci-pu%C3%B2-cambiare.html>>.

404 Not Found. Schulzki-Haddouti, Christiane. "Der Überwachungs-Coup der CIA: PROMIS und der Fall INSLAW." *Telepolis* 8/96. Accessed 17 April 2002. <<http://www.sime.com/dschjan/PROMIS.htm>>.

"Seitentitel." *Bundesverband Autismus Deutschland e.V.*, [www.autismus.de](http://www.autismus.de). Accessed 3 June 2004.

404 Not Found. "Snuff Films." *emaXS*. <<http://www.cinemaxs.co.uk/page6.html>>. Accessed 3 May 2002.

Stine, Scott Aaron. "The Snuff Film: The Making of an Urban Legend." *Skeptical Inquirer Volume 23.3* (May/June 1999). Accessed 3 May 2002. <<https://skepticalinquirer.org/1999/05/the-snuff-film-the-making-of-an-urban-legend>>.

Studymode.com. "Snuff Films." 8 October 1999. Accessed 3 May 2002. *Studymode*, [www.studymode.com/essays/Snuff-Films-15458.html](http://www.studymode.com/essays/Snuff-Films-15458.html).

"The Story of Psyche." *White Rock Beverages*, [www.whiterockbeverages.com/the-story-of-psyche](http://www.whiterockbeverages.com/the-story-of-psyche). Accessed 20 May 2003.

*Video Visions, Inc.* [www.video-visions.com](http://www.video-visions.com). Accessed 11 July 2004.

404 Not Found. Whitley, Peggy (designed the page). *American Cultural History 1980–1989*. Kingwood College Library: 1–15. Accessed 10 April 2002. <<http://www.nhmccd.edu/contracts/Irc/kc/decade80.html>>.

404 Not Found. Zielonka, Juliane, ed. "Sushi-Food." Accessed 2 December 2003. <<http://www.sushigroove.de>>.

## Filmografie (inkl. Videos)

**American Psycho** (USA: 2000). Released by Lions Gate Films. Director: Mary Harron. Screenplay: Bret Easton Ellis, Mary Harron, and Guinevere Turner. Cast: Christian Bale, Justin Theroux, Josh Lucas. 101 min.

**American Psycho: Sigmund Freud vs. Henry Ford.** Video. Director: Nelson Henricks. Chicago: Pleasure Dome, 2000.

**American Psycho II** (USA: 2002) Released by Studio Entertainment Pictures. Director: Morgan J. Freeman. Screenplay: Alex Sanger and Karen Craig. Cast: Mila Kunis, William Shatner, Geraint Wyn Davies. 88 min.

**Angel Heart** (USA: 1987). Released by TriStar Pictures. Director: Alan Parker. Screenplay: William Hjortsberg and Alan Parker. Cast: Mickey Rourke, Rober DeNiro, Lisa Bonet. 113 min.

### **Autumn/Winter 1988/89 Fashion Video: Italian/Great Britain. FCS VT0160**

Italian designers: Ferre, Missoni, Biagiotti, Complice, Byblos, Genney, Krizia, Versace. Great Britain designers: Conran, Capelline, Galliano, Oldfield, Jackson, Costello, Price, Blair, Ozbek.

### **Autumn/Winter 1988/89 Fashion Video: American Best/International Spirit. FCS VT0161**

American designers: DeLaRenta, C. Klein, Blass, Beene, A. Klein, Ellis, Lauren, Karan, Roehm, Mackie. International designers: Moschino, Hamnett, Johnson, York & Cole, Gigli, Westwood, Sprouse, Premonville, LaGroix.

### **Autumn/Winter 1988/89 Fashion Video: Paris Classics/French Flair. FCS VT0162**

Paris Classics: Chanel, Rykiel, Dior, Givenchy, Kenzo, Miyake, De Ribes, Ungaro, Valentino. French Flair: Thomas, Casteljacob, J. Koshine, Coveri, Yamamoto, Sitbon, Kelly, H. Koshino, Lagerfeld.

**Back to the Future** (USA: 1985). Released by Universal Pictures. Director: Robert Zemeckis. Screenplay: Robert Zemeckis and Bob Gale. Cast: Michael J. Fox, Christopher Lloyd, Lea Thompson. 111 min.

**Basic Instinct** (USA: 1992). Released by TriStar Pictures. Director: Paul Verhoeven. Screenplay: Joe Eszterhas. Cast: Michael Douglas, Sharon Stone, George Dzundza. 123 min.

**Batman** (USA: 1989). Released by Warner Brothers. Director: Tim Burton. Screenplay: Bob Kane, Sam Hamm, and Warren Skaaren. Cast: Michael Keaton, Jack Nicholson, Kim Basinger. 126 min.

**Blood Feast** (USA: 1963). Director: Herschell Gordon Lewis. Screenplay: Allison Louise Downe and David F. Friedman. Cast: William Kerwin, Mal Arnold, Connie Mason. 67 min.

**Blue Velvet** (USA: 1986). Released by DeLaurentis Entertainment Group. Director: David Lynch. Screenplay: David Lynch. Cast: Isabella Rosellini, Kyle MacLachlan, Dennis Hopper. 120 min.

**Body Double** (USA: 1984). Released by Columbia Pictures Corporation. Director: Brian De Palma. Screenplay: Brian De Palma and Robert J Avrech. Cast: Craig Wasson, Melanie Griffith, Gregg Henry. 114 min.

**Carry on Dick** (UK: 1974). Released by The Rank Organisation. Director: Gerald Thomas. Screenplay: Talbot Rothwell. Cast: Sid James, Barbara Windsor, Kenneth Williams. 91 min.

**Children of the Damned, The** (UK: 1963). Released by MGM. Director: Anton Leader. Screenplay: John Briley. Cast: Ian Hendry, Alan Badel, Barbara Ferris. 90 min.

**Clockwork Orange, A** (USA: 1971). Released by Warner Brothers. Director: Stanley Kubrick. Screenplay: Anthony Burgess and Stanley Kubrick. Cast: Malcolm McDowell, Patrick Magee, Michael Bates. 137 min.

**Cocktail** (USA: 1988). Released by Touchstone Pictures. Director: Roger Donaldson. Screenplay: Heywood Gould. Cast: Tom Cruise, Bryan Brown, Elisabeth Shue. 104 min.

**Copkiller** (Italy: 1983). Released by Coop Jean Vigo. Director: Roberto Faenza. Screenplay: Ennio de Concini, Roberto Faenza, Hugh Fleetwood. Cast: Harvey Keitel, John Lydon, Nicole Garcia. 107 min.

**Crash** (USA: 1996). Released by Fine Line Features. Director: David Cronenberg. Screenplay: J.G. Ballard and David Cronenberg. Cast: James Spader, Holly Hunter, Elias Koteas. 100 min.

**Crimes of Passion** (USA: 1984). Released by New World Pictures. Director: Ken Russell. Screenplay: Barry Sandler. Cast: Kathleen Turner, Bruce Davison, Gordon Hunt. 107 min.

**Dirty Dancing** (USA: 1987). Released by Vestron Pictures. Director: Emile Ardolino. Screenplay: Eleanor Bergstein. Cast: Jennifer Grey, Patrick Swayze, Jerry Orbach. 100 min.

**Dressed to Kill** (USA: 1980). Released by Orion Pictures Corporation. Director: Brian De Palma. Screenplay: Brian De Palma. Cast: Michael Caine, Angie Dickinson, Nancy Allen. 105 min.

**Driller Killer, The** (USA: 1979). Director: Abel Ferrara. Screenplay: Nicholas St. John. Cast: Abel Ferrara, Carolyn Mary, Baybi Day. 90 min.

**Fatal Attraction** (USA: 1987). Released by Paramount Pictures. Director: Adrian Lyne. Screenplay: James Dearden, Nicholas Meyer. Cast: Michael Douglas, Glenn Close, Anne Archer. 123 min.

**Fatal Vision** (USA: 1984). A NBC TV movie. Director: David Greene. Screenplay: John Gay and Joe McGinniss. Cast: Karl Malden, Eva Marie Saint, Barry Newman. 192 min.

**First Blood** (USA: 1982). Released by Orion Pictures Corporation. Director: Ted Kotcheff. Screenplay: David Morrell, Michael Kozoll, William Sackheim, and Sylvester Stallone. Cast: Sylvester Stallone, Richard Crenna, Brian Dennehy. 97 min.

**Friday the 13<sup>th</sup>: Part VII – The New Blood** (USA: 1980). Released by Paramount Pictures. Director: John Carl Buechler. Screenplay: Manuel Fidello, Daryl Haney. Cast: Lar Park Lincoln, Kevin Blair, Susan Blu. 88 min.

**Ghost** (USA: 1990). Released by Paramount Pictures and Howard W. Koch Productions. Director: Jerry Zucker. Screenplay: Bruce Joel Rubin. Cast: Patrick Swayze, Demi Moore, Whoopi Goldberg. 127 min.

**Halloween** (USA: 1978). Released by Compass International Pictures. Director: John Carpenter. Screenplay: John Carpenter and Debra Hill. Cast: Donald Pleasance, Jamie Lee Curtis, P. J. Soles. 91 min.

**Halloween II** (USA: 1981). Released by Universal Pictures. Director: Rick Rosenthal. Screenplay: John Carpenter and Debra Hill. Cast: Jamie Lee Curtis, Donald Pleasance, Charles Cyphers. 92 min.

**Halloween III: Season of the Witch** (USA: 1982). Released by Universal Pictures. Director: Tommy Lee Wallace. Screenplay: Tommy Lee Wallace. Cast: Tom Atkins, Stacy Nelkin, Dan O'Herlihy. 96 min.

**Halloween 4: The Return of Michael Myers** (USA: 1988). Released by Trancas International Films, Inc. Director: Dwight H. Little. Screenplay: Danny Lispus, et. al. Cast: Donald Pleasance, Ellie Cornell, Danielle Harris. 88 min.

**Halloween 5** (USA: 1989). Released by Trancas International Films, Inc. Director: Dominique Othenin-Girard. Screenplay: Shem Bitterman, John Carpenter, Debra Hill, Michael Jacobs, Dominique Othenin-Girard. Cast: Donald Pleasance, Ellie Cornell, Matthew Walker. 96 min.

**Less Than Zero** (USA: 1987). Released by Twentieth Century Fox. Director: Marek Kaniévka. Screenplay: Bret Easton Ellis and Harley Peyton. Cast: Andrew McCarthy, Jami Gery, Robert Downey, Jr. 98 min.



**Less Than Zero** Director: Marek Kanievski. Videocassette. CBS/Fox, 1988.

**Nightmare on Elmstreet, A** (USA: 1984). Released by New Line Cinema. Director: Wes Craven. Screenplay: Wes Craven. Cast: Robert Englund, Johnny Depp, John Saxon. 91 min.

**Platoon** (USA: 1986). Released by Orion Pictures Corporation. Director: Oliver Stone. Screenplay: Oliver Stone. Cast: Tom Berenger, Willem Dafoe, Charlie Sheen. 120 min.

**Pretty in Pink** (USA: 1986). Released by Paramount Pictures. Director: Howard Deutch. Screenplay: John Hughes. Cast: Molly Ringwald, Harry Dean Stanton, Jon Cryer. 96 min.

**Psycho** (USA: 1960). Released by Paramount Pictures. Director: Alfred Hitchcock. Screenplay: Joseph Stefano. Based on the novel by Robert Bloch. Cast: Anthony Perkins, Janet Leigh, Vera Miles. 109 min.

**Rambo: First Blood Part II** (USA: 1985). Released by TriStar Pictures. Director: George P Cosmatos. Screenplay: Kevin Jarre, Sylvester Stallone, and James Cameron. Cast: Sylvester Stallone, Richard Crenna, Charles Napier. 94 min.

**Rambo III** (USA: 1988). Released by TriStar Pictures. Director: Peter MacDonald. Screenplay: David Morrell, Sylvester Stallone, and Sheldon Lettich. Cast: Sylvester Stallone, Richard Crenna, Marc de Jonge. 101 min.

**Rules of Attraction, The** (USA: 2002). Released by Kingsgate Films. Director: Roger Avary. Screenplay: Bret Easton Ellis and Roger Avary. Cast: James Van Der Beek, Shannyn Sossamon, Kip Pardue. 110 min.

**Secret of My Success, The** (USA: 1987). Released by Universal Pictures. Director: Herbert Ross. Screenplay: A.J. Caruthers, Jim Cash, Jack Epps. Cast: Michael J. Fox, Helen Slater, Richard Jordan. 110 min.

**Snuff** (USA: 1976). Released by Monarch Releasing Corporation and A. L. Shackelton Films. Director: Michael Findlay. Screenplay: Michael Findlay, Roberta Findley. Cast: Margarita Amuchástegui, Liliana Fernández Blanco, Ana Carro. 82 min.

**Taxi Driver** (USA: 1976). Released by Columbia Pictures. Director: Martin Scorsese. Screenplay: Paul Schrader. Cast: Robert DeNiro, Jodie Foster, Cybill Shepherd. 113 min.

**Texas Chain Saw Massacre, The** (USA: 1974). Director: Tobe Hooper. Screenplay: Kim Henkel and Tobe Hooper. Cast: Marilyn Burns, Allen Danziger, Paul A. Partain. 83 min.

**This is Not an Exit: The Fictional World of Bret Easton Ellis.** Director: Gerald Fox. Cast: Rachel Weisz, Dechen Thurman, and Jason Bushman. Videocassette. New York, First Run Pictures, 2000.

**Tiger Warsaw** (USA: 1988). Released by Sony Pictures Entertainment. Director: Amin Q. Chaudhri. Screenplay: Roy London. Cast: Patrick Swayze, Piper Laurie, Lee Richardson. 92 min.

**Toolbox Murders, The** (USA: 1978). Director: Dennis Donnely. Screenplay: Neva Friedenn and Robert Easter. Cast: Cameron Mitchell, Pamelyn Ferdin, Wesley Eure. 93 min.

**Wall Street** (USA: 1987). Released by 20<sup>th</sup> Century Fox. Director: Oliver Stone. Screenplay: Stanley Weiser and Oliver Stone. Cast: Charlie Sheen, Tamara Tunie, Franklin Cover. 125 min.

## Diskografie (inkl. Musicals)

- ASSOCIATION, THE. "Cherish." *And Then . . . Along Comes the Association* (1966), Valiant 25002.
- BEACH BOYS, THE. *Shut Down Vol. 2* (1964), Capitol 2927.
- BEACH BOYS, THE. *The Beach Boys* (1985), Caribou 26378.
- BEATLES, THE. "A Day in the Life." *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967), Parlophone 46442.
- BON JOVI. *Slippery When Wet* (1986), Mercury 830 264.
- CARLISLE, BELINDA. *Heaven on Earth* (1988), MCA 42080.
- CHRISTIE, LOU. "Lightnin' Strikes." *Lightnin' Strikes* (1966), MGM E-4360.
- COLE, NAT KING. *After Midnight*. (1957), Capitol 782.
- COLLINS, PHIL. *No Jacket Required* (1985), Virgin 2345.
- COSTELLO, ELVIS. *My Aim Is True* (1977), Columbia 35037.
- CRYSTALS, THE. "Then He Kissed Me." *He's a Rebel* (1963), Philles PHP-4001.
- EAGLES, THE. *Hotel California* (1976), Asylum 1084.
- GENESIS. *And Then There Were Three*. (1978), Atlantic 19173-2.
- GENESIS. *Duke* (1980), Atlantic SD 16014-2.
- GENESIS. *Abacab* (1981), Atlantic 19313-2.
- GENESIS. *Genesis* (1983), Atlantic 80116-2.
- GENESIS. *Invisible Touch* (1986), Atlantic 81641-2.
- GUNS N' ROSES. *Appetite for Destruction* (1987), Geffen Records 24148.
- HOUSTON, WHITNEY. *Whitney Houston* (1985), Arista 206 978.
- HOUSTON, WHITNEY. *Whitney* (1987), Arista 208 141.
- HUEY LEWIS AND THE NEWS. *Huey Lewis and the News* (1980), Chrysalis 202 700.
- HUEY LEWIS AND THE NEWS. *Picture This* (1982), Chrysalis 204 442.
- HUEY LEWIS AND THE NEWS. *Sports* (1983), Chrysalis 207 845
- HUEY LEWIS AND THE NEWS. *Fore!* (1986), Chrysalis 207 897.
- HUEY LEWIS AND THE NEWS. *Small World* (1988), Chrysalis 209 200.
- INXS. *Listen Like Thieves* (1985), Atlantic 81277-2.
- INXS. *Kick* (1987), Atlantic 81796-2.
- J. GEILS BAND. "Centerfold." *Freeze Frame*. (1981), EMI 17062.
- JACKSON, JANET. "Rhythm Nation." *Rhythm Nation 1814*. (1989), A&M 75021-3920-2.
- JACKSON, MICHAEL. *One Day In Your Life* (1981). Motown 12158.
- JACKSON, MICHAEL. *Thriller* (1982), Epic 85930.
- JACKSON, MICHAEL. *Farewell My Sommer Love* (1984), Motown ZL 72227.
- JACKSON, MICHAEL. *Bad* (1987), Epic 4502901.
- JAGGER, MICK. *She's the Boss* (1985). Columbia 86310.
- KINGSMEN, THE. "Louie, Louie" (1963), Jerden 712.
- MADONNA. *Like a Virgin* (1984), Sire 9251571.
- MADONNA. *Like a Prayer* (1989), Sire 2-25844.
- M/A/R/R/S. "Pump Up The Volume" (1987), 4<sup>th</sup> & Broadway 440452.
- MCFERRIN, BOBBY. *Simple Pleasures*. (1988), EMI 48059.
- MEGADETH. *Killing is my Business . . . and Business is Good!* (1985), Combat 8015.
- MEGADETH. *Peace Sells . . . but Who's Buying?* (1986), Capitol 12526.
- MEGADETH. *So Far, So Good, So What . . .* (1988), Capitol C2-48148.
- MICHAEL, GEORGE. *Faith* (1987), Columbia OCT 40867.
- MIKE + THE MECHANICS. *Mike + The Mechanics* (1985), Atlantic 81287.

MIKE + THE MECHANICS. *The Living Years* (1988), Atlantic 81923.  
MILLI VANILLI. *Girl You Know It's True* (1989), Hansa 594580.  
MISFITS. "American Psycho" (1997), Geffen Records 25126.  
MURPHY, EDDIE. *How Could It Be*. (1985), CBS 39952.  
POLICE. *Synchronicity* (1983), A&M 75021-3735.  
ROLLING STONES. "Sympathy For The Devil". *Beggars Banquet*. (1968), ABKCO 7539-1.  
ROLLING STONES. *Let It Bleed* (1969), ABKCO 8004-2.  
RONETTES, THE. "Be My Baby." *Phillies Records presents Today's Hits* (1963), Phillies PHLP-4004.  
SPRINGSTEEN, BRUCE. *Tunnel of Love* (1987), Columbia 4602701.  
TALKING HEADS. *Remain in Light* (1980) Sire SRK 6095.  
TALKING HEADS. *Speaking in Tongues* (1983) Sire 9 23883-1.  
TALKING HEADS. *Little Creatures*. (1985) Sire 9 25305-1.  
TALKING HEADS. *True Stories* (1986), EMI 062-2406121.  
TALKING HEADS. *Naked* (1988), EMI 064-7901561.  
TOKENS, THE. "The Lion Sleeps Tonight." *The Lion Sleeps Tonight* (1962), RCA Victor SP-2514.  
U2. *The Joshua Tree* (1987), Island Records 422-842298-1.  
U2. "Desire." *Rattle and Hum* (1987), Island Records 422-842299-1.  
WILLIS, BRUCE. *The Return of Bruno* (1987), Motown 6222.  
WILSON, BRIAN. *Brian Wilson* (1988), Sire 925669-1.

## **Musical**

### **Cats**

11 May 1981 at New London Theatre, UK. Director: Cameron Mackintosh with Andrew Lloyd Webber's The Really Useful Theatre Company.  
Broadway Premiere: 7 September 1982 at the Winter Garden Theatre, NY-USA. Lyrics and Book: T. E. Eliot & Andrew Lloyd Webber, Music: Andrew Lloyd Webber.

### **Chess**

14 May 1986 at Prince Edward Theatre, London's West End, UK.  
Broadway Premiere: 28 April 1988 Imperial Theater, NY-USA. Lyrics: Tim Rice, Music: Benny Anderson, Book: Richard Nelson.

### **Evita**

21 June 1978 at Prince Edward Theatre, London, UK. Lyrics: Tim Rice, Music: Andrew Lloyd Webber.  
American premiere: 8 May 1979 at the Dorothy Chandler Pavilion, Los Angeles, USA as part of the Los Angeles Civic Light Opera's 32<sup>nd</sup> Annual Season.

### **Fiddler on the Roof**

22 September 1964 at Imperial Theater, Broadway, NY-USA. Lyrics: Sheldon Harnick, Music: Jerry Bock, Book: Joseph Stein.

### **Maggie**

12 October 1977 at Shaftesbury Theatre, London, UK. Lyrics, Music and Book: Michael Wild. The musical is based on *What Every Woman Knows* by Sir James Matthew Barrie.

### **Me and My Girl**

16 December 1937 at Victoria Palace Theatre, London, UK. Lyrics and Book: Arthur Rose & Douglas Furber, Music: Noel Gay.  
Broadway Premiere: 10 August 1986 Marquis Theatre, NY-USA.

**Misérables, Les**

French musical adaptation of the Victor Hugo work by composer Claude-Michel Schönberg and librettist Alain Boublil. Première: Paris Palais des Sportes, 1980.

English-language adaptation by Herbert Kretzmer, produced by Cameron Mackintosh, 8 October 1985 at London's Barbican Theatre, UK.

American Premiere: 20 December 1986 at Kennedy Center Opera House, Washington D.C., USA. Broadway, NY – opened: 12 March 1987 at The Broadway Theatre, and closed on 19 May 2003 at the Imperial Theatre after 16 years and 6,680 performances.

**Miss Saigon**

20 September 1989 at Theatre Royal Drury Lane, London, UK.

11 April 1991 at The Broadway Theatre, NY-USA. Lyrics and Book: Richard Maltby Jr. & Alain Boublil, Music: Claude-Michel Schönberg. The Musical is based on *The Story of Miss Saigon* by Edward Behr.

**Phantom of the Opera**

9 Oktober 1986 at Her Majesty's Theatre, London, UK.

Broadway Premiere: 20 September 1989 at Pantages Theatre, NY-USA. Lyrics and Book: Charles Hart, Music: Andrew Lloyd Webber, Book: Richard Stilgoe & Andrew Lloyd Webber.

**Starlight Express**

27 March 1984 at Apollo Victoria Theatre, London, UK.

Broadway Premiere: 15 March 1987 at Gershwin Theater, NY-USA. Lyrics: Richard Stilgoe, Music: Andrew Lloyd Webber, Director: Trevor Nunn, Choreography: Arlene Phillips. The musical is roughly based on *The Little Engine That Could* (auf Deutsch: Die kleine blaue Lokomotive) by Watty Piper.

**Taffetas, The**

5 August 1988 Off-Broadway at The Cherry Lane Theatre, NY-USA, running for 165 performances until January 1<sup>st</sup> 1989. Director: Steven Harris, Choreography and Musical staging: Tina Paul.