

Elisa Cuter

Jeff Menne: Post-Fordist Cinema: Hollywood Auteurs and the Corporate Counterculture

2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/13613>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Cuter, Elisa: Jeff Menne: Post-Fordist Cinema: Hollywood Auteurs and the Corporate Counterculture. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 37 (2020), Nr. 1, S. 84–86. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/13613>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Jeff Menne: Post-Fordist Cinema: Hollywood Auteurs and the Corporate Counterculture

New York: Columbia University Press 2019, 260 S.,
ISBN 9780231183710, USD 30,-

Das Hauptziel des Buches besteht darin, aus historischer Perspektive Film- und Kapitalismusanalysen aufzuarbeiten, in deren Mittelpunkt die Frage der Reproduktion von Arbeitsverhältnissen steht. Den Fokus seines Vorhabens setzt der Autor auf die Geschichtsschreibungen des *New Hollywood*. Ausgangspunkt ist Thomas Elsaessers Idee einer Kontinuität in Sache Produktion zwischen den von Derek Nystrom auseinandergehaltenen Phasen des *New Hollywood* (die Hollywood-Renaissance zwischen

1967-1976 einerseits und die durch George Lucas und Steven Spielberg gekennzeichnete postmodernistische Phase andererseits). Diese Idee fruchtbar machend, beweist der Autor, dass die Produktionsweise des *New Hollywood* zwischen 1962 und 1975 in Zusammenhang mit den damals aufgekommenen Managementtheorien zu lesen ist, in denen Begriffe wie Flexibilität, Dezentralisation und Kleingeschäft zentral waren. Das Jahr 1962 wird in dieser Hinsicht emblematisch, denn

Lew Wasserman kaufte, nachdem er 1958 bereits den Filmstudio- und Klangbühnenkomplex („in short: the tangible holdings“, S.147) von Universal erworben hatte, schließlich auch das Studio und somit, noch wichtiger, die Marke selbst.

Die ersten zwei Kapitel zeigen, wie sich diese Denk- und Vorgehensweise entwickelte. Das erste Kapitel beschäftigt sich mit *Lonely Are the Brave* (1962) und dem Aufkommen neuer ästhetischer sowie sozialpolitischer Anforderungen. Insbesondere lassen sich darunter die *Politique des Auteurs* für die ersten und, was die zweiten betrifft, die neulinke Guerrilla-Faszination und das Streben nach Selbstbestimmung im Arbeitsumfeld zählen. Durch die Rekonstruktion wird ersichtlich, wie die sich im Wandel befindende Kulturindustrie und ihre Akteur_innen (Regisseur_innen, Produzent_innen, Schauspieler_innen) begonnen haben, sich für Künstler_innen und nicht mehr für Techniker_innen zu halten.

Das zweite Kapitel zeigt auf, wie ein solches neues Selbstverständnis verhandelt werden musste, „not at the level of film narrative but at the level of film form“ (S.29). Dabei liegt der Fokus auf den Anfängen dieser Zeit, genauer: auf Werken wie *The Graduate* (1967) und *Bonnie and Clyde* (1967) aufgrund ihres zur Schau gestellten Modernismus sowie auf Altmans *Brewster McCloud* (1970) als selbstbewusste Darstellung einer Produktionsweise, die die Trennung von Arbeit und Privatleben auflöst.

Während die ersten beiden Kapitel sich auf die Entstehung des *New Holly-*

wood fokussieren, befassen sich die restlichen zwei mit seiner Etablierung. Dies wird durch zwei Fallstudien ausgeführt, welche zeigen, wie die zunehmende Kritik gegen die Unternehmenskultur zugunsten der Unternehmenskultur selbst umfunktioniert wurde (vgl. S.32).

Im dritten Kapitel geht es um die Produktionsfirma Zanuck/Brown und insbesondere darum, wie Spielbergs *Jaws* (1975) durch das Einbinden von modernistischen Formalstrategien in die Katastrophenfilme zu dem führte, was wir heute unter Franchise-Blockbuster-Kino verstehen. Dabei, so erklärt Menne, wird im Film auch die modernistische Opposition zum Fernsehen mit Stolz ausgestellt, zum Beispiel durch die dargestellte Skepsis gegenüber massenmedialen Technologien.

Das vierte Kapitel ist der BBS Productions gewidmet. Es zeigt unter anderem auf, wie sogar die Black Panthers zur Etablierung einer Markenlogik instrumentalisiert wurden, die auf ein diversifiziertes (weil ausgebildetes und junges) Publikum abzielte. Trotz der Einschränkungen des untersuchten Zeitrahmens gelingt es Menne, durch seine materialistisch orientierte Herangehensweise einen Leitfaden im Rahmen einer breiteren Zeitspanne von Fordismus und klassischem Hollywood bis zum Silicon Valley aufzudecken, wie das Nachwort zu Pixar und der „metaphysicalized notion of childhood“ (S.215) zeigt, wodurch sich das Unternehmen die Jüngeren als Zielgruppe nimmt.

Durch eine sorgfältige Untersuchung des historischen Materials (z.B. Interviews und Korrespondenzen der

involvierten Akteur_innen), durch die Verwendung politisch-ökonomischer Theorien und durch eine auf die Regulation School und die Tradition der *Cultural Studies* gestützte Methodik kann Menne in einem anspruchsvollen und zuweilen herausfordernden Gedankengang zeigen, wie das neue Unternehmensethos etwaige radikale Ideen subsumierte, die aus der Krise der in breiterem Sinne fordistischen Produktionsweise entstanden. Der Wert des Buches liegt insbesondere in der Analyse von Filmen als symptomatischen Allegorien des Postfordismus, ohne dennoch mit der typisch postmodernen, dargestellten

Selbstreflexion des filmischen Materials mitzugehen. Dies erlaubt ein besseres Verständnis der Rolle der neugeborenen Klasse von Kreativen, die unabhängig davon, ob bewusst oder unbewusst, eine solche Veränderung in der Produktionsweise sowohl bewirkt als auch erlitten hat.

Das Buch ist ein *must-read* für alle, die sich mit New Hollywood sowie *Production Studies* beschäftigen, und insbesondere für diejenigen, die die Filmwissenschaft in einem komplexeren, sozialökonomisch bedingten Rahmen verorten.

Elisa Cuter (Potsdam)