

Neuerscheinungen: Besprechungen und Hinweise

Im Blickpunkt

J.D. Connor: *Hollywood Math and Aftermath: The Economic Image and the Digital Recession*

London/New York: Bloomsbury Academic 2018, 317 S., ISBN 9781501314384, £ 110,16

Hollywood ist seit jeher ein ‚numbers game‘, ein Spiel mit und um Zahlen, in dem Budgets und Einspielergebnisse, Gewinn-Wahrscheinlichkeiten und Oscar-Erfolge im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen. Das vorliegende Buch *Hollywood Math and Aftermath* von J.D. Connor knüpft an eine vorhergehende Studie des Autors an, *The Studios after the Studios: Neoclassical Hollywood 1970–2010* (Stanford University Press, 2015), verschiebt allerdings den Akzent von den Studiostrukturen zu den individuellen Finanzierungsmodellen: zwei Bücher mit Titeln wie Blockbuster und mit einem ähnlichen Willen, das eigene Spielfeld neu zu konfigurieren. Der amerikanische Filmwissenschaftler J.D. Connor hat in Yale noch im kunstgeschichtlichen Institut gelehrt; seinen gescheiterten Tenure-Fall dort macht er gleich zum Aufhänger der „Acknowledgments“ (S.VIIIff.). Zurückhaltung ist Connors Sache also nicht – oder, um einen apokryphen Goldwynism zu zitieren, der auch auf Connors Stilwillen zutrifft: „A film should begin with an earthquake

and work up to a climax.“ Inzwischen ist Connor, den man nach diesem Buch wohl zu den originellsten Denkern seiner Generation zählen muss, in Los Angeles an der USC gelandet (und damit bei der industrienächsten Top-Universität). Nur folgerichtig lautet die Adresse seiner persönlichen Website – man kann es sich in der spezifischen Mischung aus Chuzpe und Nerdiness nicht ausdenken – www.johnconnorlikeintheterminator.com.

Connor versteht Hollywood insgesamt als eine gigantische Maschine der Selbst-Allegorisierung: Jeder Hollywood-Film handelt also von Hollywood – und damit von Geld, von den eigenen Finanzierungsmodellen und der Positionierung innerhalb des Systems. Und Connor versteht das nicht im übertragenen Sinne als Metapher, sondern ganz buchstäblich und wörtlich. Dafür kombiniert er drei Ansätze, die bisher in der Film- und Medienwissenschaft maximal weit entfernt voneinander waren: zum ersten die industrielle Analyse im Sinne einer Politökonomie, die sich auf Zahlen und Daten stützt.

Hierbei geht es um Budgets und Einspielergebnisse, um Overheads und Gewinnbeteiligungen, es werden *Variety* und Studiopapiere zitiert, Verträge und interne Memos analysiert. Zum zweiten greift Connor auf die *Production Studies* und die Filmindustrie-Analyse zurück, wie sie maßgeblich von John Caldwell geprägt wurden und inzwischen auch im deutschsprachigen Raum betrieben werden. Dabei interessiert sich Connor für Selbstäußerungen und, allgemeiner gesprochen, das Selbstverständnis des kreativen und vermeintlich weniger kreativen Personals, das an diesen Filmen arbeitet. Diese beiden Ansätze kombiniert er – und darin liegt die eigentliche Innovation des Ansatzes – mit filmphilosophischen Lesarten, die sich im weitesten Sinne im Fahrwasser der Deleuze'schen Kino-Bücher bewegen. Während bei Deleuze die Filme von Antonioni, Bergman und Godard noch über das Wesen von Bewegung und Zeit sinnieren, so drehen sich für Connor die US-Filme seit dem New Hollywood geradezu obsessiv nur um ein Thema: money, money, money. Sind die Filmemachenden bei Deleuze noch Philosophierende der Moderne, so sind sie bei Connor mit den von ihnen hergestellten Film-Allegorien Stichwortgebende und Exeget_innen des weltumspannenden Netzes des virtualisierten Kapitals, das digital verschaltet alles in Bewegung hält.

Das ist in der Mischung auf jeden Fall höchst originell, auch wenn es traditionelleren Fachvertreter_innen sicher aufstoßen mag, wie er gelegentlich über Bruchstellen und offene Fragen hinweg wischt – vor allem jene nach der

Kausalität verbleibt immer etwas im Vagen. Sind diese Allegorien in den Filmen bewusst angelegt und wenn ja, von wem (Produzent_in, Drehbuchautor_in, Regisseur_in)? Sind sie strukturelle Effekte der Selbstwidersprüche des Systems, ähnlich der ‚Kategorie E‘ von Comolli und Narboni (Comolli, Jean-Luc/Narboni, Paul: „Cinema/Ideology/Criticism.“ In: *Screen* 12[1]: 1971, S.27-38), oder sind sie nur Kniffe, die durch Auswahl der Filme und dekonstruktivistische Methode hervorgebracht werden? Nun ist Connor nicht nur ein mit allen Wassern gewaschener Filmwissenschaftler, der von Cavell bis Bordwell sein Handwerk versteht, sondern auch ein Geschichtenerzähler, der durchaus dramaturgische Bögen aufzuspannen weiß. Das Buch gliedert sich in die zwei großen Abschnitte „Precession“ und „Recession“, sieht also die Finanzkrise 2008 in der Folge des Zusammenbruchs von Goldman-Sachs als Pivot, um den sich Hollywood jüngste Geschichte bewegt. Als Umschlagpunkt liest er *Where the Wild Things are* (2009): „The neoclassical balance of *Titanic*, with its utopia of clean exchange, gave way to something like its opposite, a newfound permeability to cultural and economic forces that threatened to overload the system“ (S.156).

Gleich Connors erste ausführliche Lektüre widmet sich *Titanic* (1997), bei dem natürlich die Tendenz zur Selbst-Allegorie auf der Hand liegt und schon von zeitgenössischen Kritiken bemerkt wurde. Interessant und anschlussfähig sind seine Lesarten von solchen *mind game movies* wie *Déjà Vu* (2006) und

Source Code (2011), die in der bestehenden Literatur meist etwas geringschätzig als epigonale Nachzügler behandelt werden, bei Connor aber mit ihren retroaktiven Zeitschleifen zum Sinnbild für Produktionen werden, die all ihre Kosten schon vorab über Vorfinanzierungsmodelle, Rechteverkauf und statistische Vorhersagen realisiert haben. In der Produktion und in den medialen Verwertungsketten holt sich also eine Zukunft selbst ein, die schon in der Finanzierung strukturell angelegt war.

Der zweite Teil („Recession“) hebt mit einem langen Kapitel an, in dem es um vier wichtige Produktionsfirmen geht, die als Independents galten, inzwischen aber zu Disney gehören: Pixar, Marvel, Miramax, LucasFilm. Insbesondere das Marvel Cinematic Universe, das in den letzten Jahren nicht nur wiederholt narrativ das Universum, sondern auch finanziell Hollywood gerettet hat, manifestiert die performativen Selbstwidersprüche des Systems in seinem flächigen Figuren-Arrangement: „In *The Avengers*, the structural loss of independence was reimagined as a triumph of teamwork and portfolio management. Marvel was making a case for its centrality to Disney as a whole“ (S.202f.). Wäh-

rend die Argumentation gelegentlich etwas ins Essayistisch-Spielerische gleitet, vermögen solche Teile, die visuelle Trends der Spezialeffekte, narrative Eigenheiten und strukturelle Parameter verbinden, anregende und inspirierende Ausblicke zu geben. Die TV-Serie *Lost* (2004-2010) steht für die technologischen und strukturellen Veränderungen des Fernsehens in der Dekade nach 9/11 ein, während *The Big Short* (2015) und *The Wolf of Wall Street* (2013) direkt die in Verbindung mit der Finanzkrise und ihren destabilisierenden Effekten herrschenden Unsicherheiten adressiert.

Ob man nun gleich einen neuen Bildtyp in Deleuzianischer Tradition einführen muss – bei Connor ist es das „economic image“ (S.19), das Wirtschaftsbild, das „the internalized relation of the film to money, to people and institutions, to the times and places – actual and virtual, literal and conventional – of its production, distribution, and exhibition“ (ebd.) darstellt und vorführt – sei dahingestellt. Dass Connors Ansatz produktiv ist und eingehende Diskussionen verdient, das steht nach der Lektüre des Bandes fest.

Malte Hagener (Marburg)