

Kay Kirchmann

## Christopher Ames: Movies About the Movies. Hollywood Reflected

1998

<https://doi.org/10.17192/ep1998.3.3223>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kirchmann, Kay: Christopher Ames: Movies About the Movies. Hollywood Reflected. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 15 (1998), Nr. 3, S. 331–333. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1998.3.3223>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

## V Fotografie und Film

**Christopher Ames: Movies About the Movies. Hollywood Reflected**  
 Lexington, Kentucky: The University Press of Kentucky 1997. 254 S.,  
 ISBN 0-8131-2018-7, \$ 27,95

Selbstreflexivität bzw. -referentialität ist bekanntlich eines der dominierenden Konzepte in der kunst- und medientheoretischen Debatte der Gegenwart und hat einen beachtlichen Output an Studien, Anthologien und Kongressen zu verzeichnen – auch und gerade hinsichtlich des Stellenwerts der Selbstreflexion im Medium Film. Dabei wird die Debatte hierzulande primär unter kunstreferentiellen, medientheoretischen oder ideengeschichtlichen Perspektivierungen betrieben, wird somit die Genese des Selbstbezüglichen aus dem Geiste der romantischen Ironie und ihrer Wiederaufnahme in den Programmen der ästhetischen Moderne auf dem theoretischen Sektor fortgeschrieben. Für den Geltungsbereich der Filmwissenschaft bedeutet dies zumeist auch die Fokussierung auf einen Kanon, der die Geltungsbereiche des dezidiert ästhetisch ambitionierten Filmes – also das, was die Amerikaner gerne etwas geringschätzig „art movie“ nennen – kaum verläßt: mithin das Kreisen um die notorischen Protagonisten des europäischen Autorenfilms wie Godard, Fellini, Antonioni oder Truffaut... Hollywood-Produkte finden in diesen Kanon nur Eingang kraft retrospektiver Inauguration (Hitchcock, Hawks, Donen) oder sofern sie selbst ihre Verbundenheit mit dem europäischen Autorenkonzept unzweideutig herausstellen (Allen, Altman). Angesichts der zentralen Bedeutung der Selbstreferentialität innerhalb der europäischen Geistesgeschichte der Neuzeit nicht allzu verwunderlich, gilt uns die Reflexion der Kunst (des Mediums) innerhalb der Kunst (des Mediums) immer noch zuvorderst als Ausweis ästhetischer Validität und Modernität.

Ganz anders nun – und wohlgermerkt: erfrischend anders – die Betrachtungsweise, die Christopher Ames seiner Studie über die Reflexion Hollywoods im Hollywood-Film zugrundelegt: Von vornherein betont er die entscheidende Differenz zwischen einem „genre Hollywood on Hollywood [that] owes its vitality to a coincidence of commercial factors“ und der – für das europäische Konzept des selbstreflexiven Films eben konstitutiven – Erbschaft eines „literary modernism, which [...] defined itself in opposition to bourgeois values instead of in furtherance of them.“ (S.8) In offener Übereinstimmung mit dieser Hollywood-Figuration greift und verhandelt Ames somit Film jenseits jeder Frage nach Kunststatus und Geistestradiation schlicht als das, was er nun einmal ist und bleibt: ein Industrieprodukt. Und an den in Einzeluntersuchungen abgehandelten Hollywood-Filmen von *What Price Hollywood?* bis zu *The Player* interessiert ihn zuvorderst die widerspruchsreiche Selbstthematizierung und Selbstkritik des Industriellen *im* in-

dustriellen Produkt: So etwa die im autoreflexiven Hollywood-Film aufgeworfenen Fragen nach Starkult und der Rolle des Publikums, nach Autorenfunktion und den kommerziellen Interessen der Studios, nach der Relevanz der Genre-Stereotypen und der (scheinbaren) Durchleuchtung des Produktionsprozesses. Hierbei macht Ames immer wieder auf das zugrundeliegende Paradox aufmerksam, daß der selbstreflexive und – seiner Meinung nach – damit zugleich zwangsläufig kritisch ausgerichtete Hollywood-Film seinerseits an dem partizipiert, was er eigentlich zu kritisieren sucht, dem Mythos Hollywood nämlich. Dies zum einen deshalb, weil natürlich auch der selbstreferentielle Hollywood-Film jenem kommerziellen Diktat unterworfen bleibt, das er kritisch spiegelt. Und so kann Ames letztlich das ganze Genre präzise und nüchtern auf dessen „sources in studio self-promotion“ (S.7) und das anhaltende Interesse der Studios an populärer Selbstdarstellung zurückführen – und damit in seinem Kritikpotential entscheidend relativieren: eine überzeugende wie grundlegende Einsicht in die Limitationen der Selbstreferentialität, die im hiesigen Diskurs gleichwohl meist unerwähnt bleibt (obwohl man es in Horkheimer/Adornos „Kulturindustrie“-Aufsatz schon hätte nachlesen können...). Paradox bleibt der selbstreferentielle (Hollywood-)Film zum anderen auch deshalb, weil die vorgebliche Spiegelungsfläche immer schon eine ihrerseits medialisierte ist, die niemals wirklich zu dem vordringen kann, was aufzudecken sie vorgibt: „The essential paradox of Hollywood-on-Hollywood movies [is]: movies cannot truly take us behind the cameras, behind the screen, or behind the myth.“ (S.13)

Von dieser paradoxen Grundsituation ausgehend, verlagert sich Ames' Erkenntnisinteresse auf die jeweilige Figuration des Paradoxen in den untersuchten Filmen, fragt er danach, wie hierin „the specific tensions of revealing and concealing, mystifying and demystifying, get played out both technically and thematically“ (S.12). Dies nun unternimmt er in querschnittartig angelegten Untersuchungen zu thematischen Rubriken wie „Screen Passages“ (zu *The Purple Rose of Cairo* und *Last Action Hero*), „Singin' on the Screen“ (zu *Singin' in the Rain* und dem zweiten *A Star Is Born*) oder „Offing the Writer“ (*Sunset Boulevard*, *The Player*). Die jeweilige Synopsis von Filmen unterschiedlichen Alters, Herkunft und Machart sowie permanente Querverweise auf jene Filme, die in weiteren Kapiteln seines Buches aus anderer Perspektive abgehandelt werden, ermöglichen Ames dabei die Skizzierung eines dichten Geflechts aus Affinitäten und Differenzen zwischen den analysierten Einzelfilmen, das letztlich einen umfassenden Überblick über Möglichkeiten und Grenzen des autoreflexiven Hollywood-Films bietet.

Kraft seiner strikt narrativen Perspektivierung kann Ames' Ansatz elaborierteren Methodiken der Film- und Medientheorie natürlich nicht genügen, bleiben etwa auch seine Überlegungen zum Bildstatus des „framing“ und des „framed films“ vergleichsweise oberflächlich, wie auch seine spärlichen Anleihen bei der psychoanalytischen Filmtheorie oder der Gender Theory ein wenig bemüht wirken. Zudem kann selbstredend die konstitutive Relevanz der hier veranschlagten Mainstream-Filme mit gewissem Recht angezweifelt werden. Doch erlaubt es der

relativ eng gefaßte Betrachtungsfokus Ames andererseits, Konzeptualisierungen zu generieren, die tatsächlich wohl nur anhand des Hollywood-Kinos entwickelt werden können: etwa die Figur der „actor self-referentiality“ (S.77ff.), der „cameo appearances“ (S.207ff.) oder der filmischen Paratexte (Exposé, Script, Drehbuch bis zu den Werbemedien) als Vehikel industriellen „self-advertisements“ (v.a. S.52-79, 164-223) selbst noch im selbstreflexiven Film. Hier böten sich vielfältige Anschlußmöglichkeiten auch für Studien aus dem europäischen Raum (so man denn gewillt ist, auch den ästhetisch ambitionierten Film einmal auf seine „self-promoting-tendencies“ hin zu untersuchen).

Was die methodische Schlichtheit dieses Buches angeht, so hatte uns der Autor ja schon in seiner Einleitung gewarnt „This work is not an exercise in theory“ (S.17), und er bemüht sich statt dessen um eine methodisch wie terminologisch bewußt einfach gehaltene Ausrichtung seines Textes, der ausdrücklich für ein möglichst breites Publikum konzipiert worden ist. Dies ist aber auch deswegen nur zu konsequent, als Ames selbst ausdrücklich eine Perspektive *innerhalb* der amerikanischen Kultur für sich reklamiert und sich anhand seines Themas unentwegt über die „conflicted cultural significance of motion pictures in American society“ (S.11) befragt. An keiner Stelle läßt der Autor Zweifel daran aufkommen, daß er sich selbst als genuinen Bestandteil der paradoxen US-Kultur begreift, die er im Mythos Hollywood lediglich auf einen besonders sinnfälligen Nenner gebracht sieht. All dies wirkt wiederum um so sympathischer, als Ames dergestalt selbstreflexive Zusammenhänge in den untersuchten Filmen ans Tageslicht befördern kann, die sich nur einem Mitglied der amerikanischen Kultur *und* intinem Kenner der Hollywood-Geschichte überhaupt als solche erschließen können. Oder hätten Sie gewußt, welche spezifischen Codierungen der Ikonographie der Orange oder des Swimming-Pools im südkalifornischen Kulturkontext zukommen (S.194f.)? Hätten Sie in der Lehrerin aus *Last Action Hero*, die sich so bittergallig darüber äußert, daß ihre Schüler Laurence Olivier wohl nur noch aus den Polaroid Commercials kennen, zweifelsfrei Oliviers Witwe Joan Plowright erkannt (S.123)? Hätten Sie gemerkt, daß und inwiefern in *Boy meets Girl* auf James Cagneys Rechtstreitigkeiten mit den Warner Bros. angespielt wird (S.189)? Und hätten Sie gewußt, daß Hollywoods Drehbuchautoren in vielen Studios nach Stechuhr zu arbeiten hatten (S.169)?

Wenn also schon nicht durch methodische Versiertheit, so besticht Ames' Buch dennoch durch seinen Material- und Kenntnisreichtum – ein Eindruck, der durch die sorgfältig recherchierte Bibliographie und die vielfältigen Querverweise auf das literarische Genre der Hollywood Novel noch einmal verstärkt wird. So bleibt *Movies about the Movies* ein aufschlußreicher, in seiner Andersartigkeit überaus inspirierender und auch spannend zu lesender Beitrag zur Geschichte der filmischen Selbstreflexion seit den dreißiger Jahren.

Kay Kirchmann (Wuppertal)