

Malte Hagener

Eric Herhuth: Pixar and the Aesthetic Imagination. Animation, Storytelling, and Digital Culture

2019

<https://doi.org/10.17192/ep2019.3.8193>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hagener, Malte: Eric Herhuth: Pixar and the Aesthetic Imagination. Animation, Storytelling, and Digital Culture. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 36 (2019), Nr. 3, S. 302–303. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2019.3.8193>.

Nutzungsbedingungen:

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

<http://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:

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

Eric Herhuth: Pixar and the Aesthetic Imagination. Animation, Storytelling, and Digital Culture

Oakland: University of California Press 2017, 240 S., ISBN 9780520292567, GBP 24,95

Seit mehr als 20 Jahren, mindestens seit dem Erfolg des ersten abendfüllenden, komplett computer-animierten Spielfilms *Toy Story* (1995), gelten die Pixar-Filme als kommerziell erfolgreiche sowie theoretisch ergiebige Artefakte, die den Film vom analogen ins digitale Zeitalter begleiten. Trotz dieser oft bemerkten zentralen Rolle der Produktionsfirma Pixar ist Eric Herhuths Buch dennoch die erste Monografie, die filmwissenschaftlich und theoretisch fundiert die Filme als einen einheitlichen Korpus in den Blick nimmt.

Herhuth setzt zunächst mit dem Begriff der Kreativität an, für den ihm Ed Catmulls Motivationsbuch *Creativity* (New York: Random House, 2014) als Leitfaden dient (Catmull ist als gelernter Informatiker und langjähriger Direktor eine Schlüsselfigur bei Pixar). Kreativität als Möglichkeit des individuellen Selbstausdrucks sowie als Forderung an das Individuum kommt ebenso in den internen Arbeitsabläufen zum Tragen, wie sie auch in den Filmen selbst immer wieder thematisiert wird. Damit erzählen die an Erwachsene und an Kinder gerichteten Geschichten indirekt den übergreifenden Übergang von einer fordistischen zu einer flexibilisierten Produktionsweise. Diese Form der allegorischen Bezugnahme – die Filme zeigen in ihrer ästhetischen Struktur ganz ähnliche gedankliche Figuren wie sie auch in ihrer Produk-

tionsweise auffindbar sind – ist wiederholt in den Filmen bemerkt worden: „Popular entertainment often presents metacommentary on the function of entertainment in culture, and Pixar’s productions demonstrate this through their narratives and characters, as well as digital aesthetics“ (S.29). Gerade die Pixar-Filme in ihrer direkten Bezugnahme auf Popkultur, in ihrer Nostalgie für die Jugendzeit der Babyboomer wie auch in ihrem politischen Liberalismus und ihrer aufgeklärten Besserwisserie eignen sich im Sinne der *Production Studies* für derartig politisch informierte Lesarten. Herhuths Bezugnahme auf die ästhetische Theorie dient auch dazu, eine aktive Position der Zuschauer_innen vis-à-vis den Filmen zu behaupten. Wir sind als Subjekte aufgerufen, uns mit Imagination und Fantasie immer wieder aufs Neue in der Welt und ihren jeweiligen Umgebungen zu verorten: „Animated worlds [...] have tended to depict processes of becoming, of transformation, and of the failure of epistemological mastery“ (S.35). Damit entwerfen diese Filme ein Subjekt, das in einer dynamischen Welt lebt. Zugleich spiegelt sich dies auf der ästhetischen Ebene, denn auch hier müssen immer wieder neue Bilder entworfen werden.

Das theoretische Rüstzeug ist durchaus anspruchsvoll und geschickt kombiniert, aber Herhuth bemüht sich

immer wieder, dieses verständlich und transparent zu machen. Im einführenden Kapitel geht es auf diese Weise um die Belebung von Gegenständen, was sowohl die Animation als Begriff aufruft, aber – das ist noch wichtiger – den Prozess der Herstellung mit dem Inhalt der Filme verbindet. Bemüht werden dazu Bruno Latour, Jane Bennett, Martin Heidegger und Anthony Vidler, ehe der Text dann doch bei Steve Jobs' ontologischem Utilitarismus landet, nach dem „the purpose of an object in its design“ (S.59) situiert ist. Vier Filme aus dem Pixar-Kosmos werden unter spezifischen Fragestellungen detailliert in den Fokus genommen: Zunächst geht es um die unheimlichen Eigenschaften digitaler Objekte und Waren in *Toy Story* (1995), während das technologisch Erhabene in *Monsters, Inc.* (2001) als dessen Weiterentwicklung betrachtet wird, weil beides – das Unheimliche wie das Erhabene – auf verwandte Weise den Topos der Ungewissheit aufrufen. Anhand der fantastischen Körper in *The Incredibles* (2004) geht Herhuth der „maintenance

of social order as an ongoing dialectical process“ (S.123) nach. Und schließlich sind es die Sinne in *Ratatouille* (2007), die Ansätze zu einer – im Sinne Jacques Rancières – demokratischen Gesellschaftsform geben, in der das Neue seinen Platz hat.

Herhuth gelingt es, den Filmen ihre ästhetische Eigenlogik zu belassen, ihnen aber zugleich überzeugende und überraschende Lesarten abzugewinnen. Eine Frage, die sich anschließen ließe, wäre danach, weshalb sich gerade die Pixar-Filme so für allegorische Lesarten aufdrängen und eben nicht die verwandten Produktionen von Dreamworks, Universal oder Disney (zu Letzterem gehört Pixar mittlerweile). Man wäre auch gespannt, was Herhuth zu Filmen wie *Wall-E* (2008), *Coco* (2017) oder zu *Inside Out* (2015) zu sagen hätte. Es steht zu erwarten, dass dieser Band breit rezipiert und bei der Weiterentwicklung derartiger Ansätze oft zitiert werden wird.

Malte Hagener (Marburg)