

Zeitschrift: Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino
Herausgeber: Stiftung Filmbulletin
Band: 32 (1990)
Heft: 171

Artikel: Cannes '90 : nouvelle critique?
Autor: Vian, Walt R.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-866888>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 26.12.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

FILMBULLETIN
Postfach 137
Hard 4
CH-8408 Winterthur
ISSN 0257-7852

Redaktion:
Walt R. Vian
☎ 052 / 25 64 44
Telefax 052 / 25 00 51

Redaktioneller Mitarbeiter:
Walter Ruggie

Mitarbeiter dieser Nummer:
Rolf Breiner, Ralph Eue, Michael Esser, Norbert Grob, Pierre Lachat, Peter Kremiski, Frank Arnold, Johannes Bösiger, Lars-Olav Beier, Andreas Furler, Erwin Schaar, Gerhard Midding.

Gestaltung:
Leo Rinderer-Beeler
Titelblatt und eins/die Erste:
Rolf Zöllig

Satz:
Josef Stutzer

**Belichtungs-service,
Druck und Fertigung:**
Konkordia Druck- und
Verlags-AG, Rudolfstr. 19
8401 Winterthur

Inserate:
Leo Rinderer ☎ 052 / 27 38 58
Telefax 052 / 27 30 73

Fotos:
Wir bedanken uns bei:
Sammlung Manfred Thurow,
Basel; Rolf Breiner, Obfelden;
Warner Bros., Monopole Pathé,
Rialto-Film, UIP, Filmcoopi,
Fernsehen DRS, Zürich; Stiftung
Deutsche Kinemathek, Berlin;
Christoph Hübner, Peter Kremiski,
Essen; Unidoc Film&Video,
Dortmund; Nef 2, München.

Vertrieb:
Postfach 137, CH-8408 Winterthur
Leo Rinderer,
☎ 052 / 27 38 58

Aussenstellen:
Rolf Aurich, Uhdestr. 2,
D-3000 Hannover 1,
☎ 0511 / 85 35 40
Hans Schifferle, Friedenheimer-
str. 149/5, D-8000 München 21
☎ 089 / 56 11 12

R.&S.Pyrker, Columbusgasse 2,
A-1100 Wien, ☎ 0222 / 604 01 26
Fax 602 07 95

Kontoverbindungen:
Postamt Zürich:
PC-Konto 80-49249-3

Postgiroamt München:
Kto.Nr. 120 333-805

Bank: Zürcher Kantonalbank,
Filiale 8400 Winterthur;
Konto: 3532 – 8.58 84 29.8

Abonnemente:
FILMBULLETIN erscheint
sechsmal jährlich.
Jahresabonnement:
sFr. 38.– / DM. 38.– / öS. 350
übrige Länder
zuzüglich Porto und Versand

Die Herausgabe von **FILMBULLETIN** wird von folgenden Institutionen, Firmen oder Privatpersonen mit Beträgen von Franken 5000.– oder mehr unterstützt:

1989:
Bundesamt für Kultur, Sek-
tion Film (EDI), Bern

Erziehungsdirektion des
Kantons Zürich

Migros Genossenschafts-
bund, Zürich

Präsidialabteilung der Stadt
Zürich

Röm. kath. Zentralkomis-
sion des Kantons Zürich

Schulamt der Stadt Zürich

1990:
Central Film CEFI AG, Zürich

Röm. kath. Zentralkomis-
sion des Kantons Zürich

Stadt Winterthur

Stanley Thomas Johnson
Stiftung, Bern

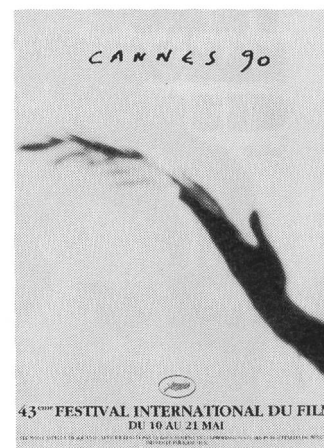
Stiftung Kulturfonds Suissi-
mage, Bern

Volkart Stiftung, Winterthur

«Pro FILMBULLETIN» erscheint regelmässig und wird à jour gehalten. Aufgelistet ist, wer einen Unterstützungsbeitrag auf unser Konto überwiesen hat. Die für das laufende Geschäftsjahr eingegangenen Geldmittel aus Abonnements, Einzelverkäufen, Inserateverkäufen, Gönnern- und Unterstützungsbeiträgen decken das Budget 1990 noch nicht. Obwohl wir wieder optimistisch in die Zukunft blicken, ist FILMBULLETIN auch 1990 dringend auf weitere Mittel angewiesen. Falls Sie die Möglichkeit für eine Unterstützung sehen, bitten wir Sie, mit Leo Rinderer, ☎ 052 27 38 58, oder mit Walt R. Vian, ☎ 052 25 64 44, Kontakt aufzunehmen.

FILMBULLETIN dankt Ihnen für Ihr Engagement – zum voraus oder im nachhinein.

FILMBULLETIN – Kino in Augenhöhe gehört zur Filmkultur.



Nouvelle Critique?

Nach Nouvelle Vague und Nouvelle Cuisine: Nouvelle Critique?

Tout va bien. Anything goes. Oder eben nicht.

Nur komplizierte Fragen haben einfache Antworten – einfache nie. Gäbe sich der Kritiker auch nur einen einzigen Tag, um über einen Film nachzudenken, würde sein Bericht erst einen Monat, oder zwei, nach einem Festival wie Cannes erscheinen können. Aber wen interessiert dies dann noch? Gefragt von den Medien sind Berichte, die bereits vor dem Ereignis erscheinen. Gefragt sind Meinungen, kein kritisches Nachdenken über Film. Und Meinungen, die nicht näher zu begründen, nur ernsthaft zu behaupten sind, sind leicht gefällt. Auseinandersetzung findet bestenfalls auf der Ebene des Wettbewerbs um die eloquentere Formulierung, das trefflichere Bonmot, den originelleren Einfall statt. No business like showbusiness – and the show must go on.

Cannes macht vieles möglich. Auch, sich die Frage zu stellen: was ist ein guter Film? Oder vielleicht besser: wie muss ich einen Film betrachten, damit es ein guter Film ist? Kein Film in Cannes, zu dem sich nicht eine Person in Cannes finden liesse, die definitiv der Meinung ist, dass es ein hervorragender Film sei; kein Film in Cannes, bei dem niemand in Cannes die Meinung vertreten würde, dass er ganz schrecklich sei. Was gilt? Immer nur die eigene Überzeugung? Die Grössenordnung, in der die Meinung

verbreitet werden kann? Wenn sich Fragen, wie diese, einfach aufdrängen, sich nicht länger abweisen lassen, dann im melting pot von Cannes.

Ist Filmkritik, oder vielleicht besser doch: Filmjournalistik, auch nur ein Produkt, das auf den Markt drängt und sich dort zu behaupten versucht? Bestimmt der Markt, dass bestimmte Ansichten, Meinungen mehr gefragt sind als andere? Gibt es eine Marktlücke für eine bestimmte Meinung über einen Film oder nur Massenware, wo derjenige gewinnt, der zuerst am Markt erscheint? Wie entscheidend ist das Marketing? Einfache Frage: was ist eine richtige Frage?

Offensichtlich – gerade auch dies hat Cannes '90 wieder gezeigt – gelten keine Regeln zur Beurteilung eines Films, denn soweit es solche welche noch zu geben scheint, gehen die Meinungen über deren Anwendung oder Bedeutung diametral auseinander. Entscheidend bleibt also doch der Markt und / oder die eigene Überzeugung.

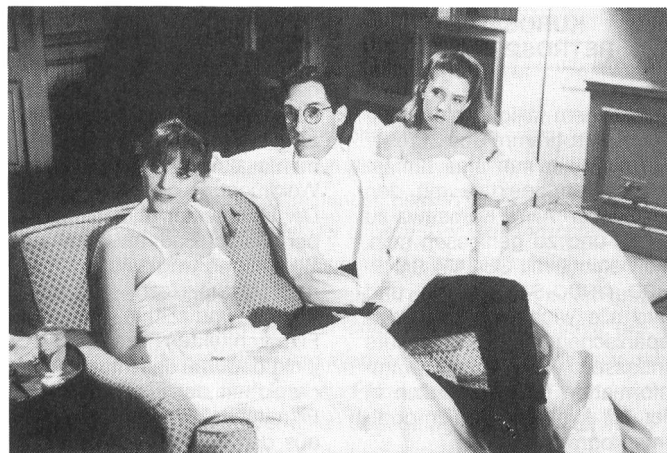
Deshalb bleibe auch ich – vorerst – bei meiner Überzeugung: gefragt sind nicht Meinungen zu Filmen (die macht sich der mündige Zuschauer und die mündige Zuschauerin schon selbst), gefragt ist ein öffentliches Nachdenken über Film – und gelegentlich wohl auch: die Filmkritik.

*

Der Russe Gleb Panfilov zeigte im Wettbewerb MATJ (ZAPRECHTCHIONNYE LIUDI) (DIE MUTTER) nach Gorki. Das drei



MATJ (ZAPRECHTCHIONNYE LIOUDI) von Gleb Panfilov



METROPOLITAN von White Stillman

Stunden und zwanzig Minuten dauernde Epos erhielt in den Besten-Listen, der in Cannes überall gratis herumliegenden Publikationen, mit die meisten Sternchen und höchsten Punktezahlen. In der Bearbeitung von Brecht, im Film von Pudowkin durchläuft die Hauptfigur, die Mutter, eine Entwicklung und die ganze Dramaturgie ist auf die Herausarbeitung eben dieser Entwicklung hin angelegt. Bei Panfilov ist und bleibt die Mutter, die Mutter. Eine Entwicklung, eine Veränderung ist nicht auszumachen: sie liebt ihren Sohn und richtet ihr ganzes Verhalten danach aus, das war so, das ist so und das bleibt so, bis in ihren Tod. Die Entwicklung, hin zur Arbeiterbewegung, hin zum Sozialismus, die ihr Sohn vollzieht, bleibt ausgespart, wird nur referiert. Schematisiert etwa so: Der Kleine arbeitet in der Fabrik mit seinem Vater, der Vater verunfallt, der Junge wird – zum ersten Mal besoffen von einer Frau auf einer ausgelassenen Fete unter den Tisch gezerrt – zum Mann. Als Folge des Katers will er Selbstmord begehen, aber der Vorarbeiter flüstert ihm ins Ohr, dann doch lieber «Nieder mit dem Zar!» zu rufen, was der Kleine auch tut. Der Kleine wird niedergeschlagen und landet im Spital, wo ihm der Arzt ein Buch über die Arbeiterbewegung empfiehlt. Überblendung. Nun ist der Junge ein Mann und zeigt der Mutter seine Sammlung von verbotenen Büchern im Schrank. Eben, die Entwicklung ist ausgespart, sie stösst ihm, Gott wird schon wissen

weshalb, einfach zu. Und dies nicht etwa bei einem Kurzfilm, der verdichtet und überspringt, sondern bei einem Film von epischer Länge, der eine ganze Sequenz nur darauf verwendet, liebevoll und detailliert zu beschreiben, wie der Junge eine Flasche Schnaps für den Vater besorgt. Richtig oder falsch? Gut oder schlecht? Sicherlich würden heute in Russland wenige eine Parabel von der schrittweisen Erreichung des Lernziels goutieren, dass der Sozialismus, die bessere, gerechtere, humanere Organisation einer Gesellschaft bringen wird. Die Auffassung, den Russen sei der Sozialismus – Gott wird schon wissen warum – einfach zugestossen, wird da schon eher Anhänger finden. Die Form ist so gesehen nur konsequent. Mögliche Regel: Subtext dominiert den Text. Will, stark vereinfacht, heissen: was die Figuren tun ist entscheidender als das, was sie reden. Ein Polizeispitzel – immer noch bei Panfilov (ich weiss, ich weiss, ich habe um die dreissig Filme gesehen in Cannes und auch nach rund zwei Dritteln der verfügbaren Textlänge erst einen erwähnt, aber Cannes ist ehrlicherweise nicht umfassend, höchstens als Gesamteindruck zu vermitteln) –, ein Polizeispitzel also verliebt sich in eine «revolutionäre» Blondine, hält ihr Händchen und redet davon, dass es doch möglich wäre, dass er ein Spitzel sei. Allein der Subtext hat keine Folgen – er liefert sie ans Messer wie wenn es nie einen Subtext gegeben hätte. Wird die erwähnte Regel ak-

zeptiert, ist die Szene ein Verrat am Zuschauer beziehungsweise – objektiv! – schlicht falsch inszeniert.

*

Unzulässige Verallgemeinerung: mehr und mehr Filmemacher wissen kaum noch mit Subtext umzugehen, erzählen ihre Geschichten nur noch eins zu eins – ganz im Sinne von: der Hauptdarsteller wischt sich den Schweiß von der Stirn, stöhnt gepresst «Jetzt habe ich Lust auf ein Bier» und führt das bereitstehende Bierglas zur erwartungsvollen Grossaufnahme vom durstigen Schlund – und unterfordern damit die Wahrnehmungsfähigkeit ihres Publikums: langweilen die Zuschauer – und die Zuschauerinnen erst recht. Hitchcocks' Filme waren nicht zuletzt dank ihrer Mehrschichtigkeit und genialem Subtext spannend und interessant.

Weitere unzulässige Verallgemeinerung: die Entwicklung der Geschichten und die Entwicklung der Figuren ist in allzuvielen Filmen impressionistisch zufällig und damit nicht absehbar. Primäre Elemente des Interessens werden dann Details, die unbekannt waren, Kulissen, die fremd und exotisch sind, Sitten und Bräuche, die so noch nicht zur Kenntnis genommen wurden, und – soweit vorhanden – individuelle Ausformungen der abspulenden Bilder.

Aber eben: was ist Kino, was Dramaturgie? Welche Regeln gelten? Immer nur die genialen eigenen und die des eigenen Fan-Clubs.

Der Westsider breitet auf einem nächtlichen Spaziergang durch Manhattan das Layout der Geschichte aus, ohne zu bemerken, dass er und seine Begleiterin Audry darin selber die Hauptrolle spielen. Er hält die idealisierten Freundin, die er gar nicht näher kennt für falsch, die aufkeimende Liebe zu einer guten, aber unscheinbaren Bekannten dagegen stuft er als ideal ein. Erläutert diese Erkenntnis ins Detail und tut das Gegenteil, weil er – im Gegensatz zu den Zuschauern – noch immer bemerkt, dass er eigentlich über sich selber spricht. So wie Tom im Verlaufe von METROPOLITAN (Regie und Drehbuch: White Stillman) noch lernt, nicht allein Literaturkritik, sondern zwischendurch auch mal die Werke selbst zu lesen, steuert er schliesslich doch noch zielgerichtet das Happyend mit der von ihm lange Zeit übersehenen Audry an. Auch METROPOLITAN ist impressionistisch im szenischen Ablauf der Handlung, arbeitet mit statischer Kamera und vielen Schwarzblenden; dennoch erweist sich die Entwicklung als nachvollziehbar und absehbar. Die Mehrschichtigkeit, die sich aus den den Texten unterlegten Subtexten ergibt, vergrössert das Schauvergnügen – jedenfalls, wenn man die Anwendung der möglichen Regel zu schätzen weiss.

*

Cannes macht (fast) alles möglich. Weshalb also nicht auch dies?

Walt R. Vian