

# Kino als Geister- und Achterbahn

Auf den Spuren des Exportschlagers Hollywood-Film

Von Peter Kamber

Es gibt (fast) nichts, was sich über Hollywood sagen und denken lässt, das in Hollywood selbst nicht schon gesagt und gedacht worden wäre. Nach der Landung auf dem Los Angeles International Airport, bescheinigt mir ein Beamter bei der Passkontrolle seinen Kenntnisstand, als er hört, worüber ich schreiben will: «Diese Leute sind hirntot: Keine Ideen und zu viel Geld! Alle Filme gleichen sich. Die machen keine Filme sondern Vergnügungspark-Rides». Die Lage ist entsetzlich. Und in Anspielung auf den Einsatz der neuen Bildcomputer in Special-Effects-Filmen, die uns jede Simulation für wirklich verkaufen können, meinte der unkonventionelle Mann in Uniform mit seinem breiten kalifornischen Akzent nur: «Technologie ist keine Antwort, wenn die Kreativität fehlt.» Viel bessere Arbeit werde in Cable-TV-Filmen und Kinder-Cartoons geleistet. Das solle ich mir nicht entgehen lassen.

Als verzerrt erwies sich jedoch schon nach wenigen Tagen das Bild, wie es da und dort in Europa herumgeistert: Hollywood als der Ort, wo faule Leute mit lausigen Filmen, die sie mit irrwitzigem Geschick der ganzen Welt andrehen, einen Haufen Geld machten. Wer da nämlich denkt, im Filmschlaraffenland «Hollywood» – einem Gebietsstreifen, der sich am nördlichen Stadtrand L.A.s von Santa Monica über Westwood, Beverly Hills, West Hollywood, Hollywood, North Hollywood bis nach Burbank zieht – sässen die Leute nur an der Sonne herum, der täuscht sich: Da wird unablässig gedealt und produziert. «Wir nehmen jeden Abend drei Drehbücher mit nach Hause, um sie in der Nacht zu lesen. Vergessen Sie das Fernsehen!», sagt ein Gastreferent einer der zahllosen Hollywood-Produktionsgesellschaften an einem Intensivkurs der Theater-, Film und Fernseh-Hochschule an der University of California in Los Angeles (UCLA). Barri Evans, die Leiterin dieses Kurses zum Thema Produktion und Drehbuchentwicklung, die ich ein paar Abende lang als Zaungast besuchen konnte, ist Vizepräsidentin der Firma Uphill Productions. Es dauere auch in Hollywood manchmal Jahre, bis ein Drehbuch verfilmt werde. «Wenn Sie kein Geld haben, dann betteln Sie!», ermuntert sie die Studierenden. «Ist es eine coole Story?» Diese Frage müssten sie sich stellen.

Von zehn Projekten wird in der Regel nur eines verwirklicht. Der Platz von niemandem ist gesichert, Karrieren werden ebenso schnell gemacht wie zerstört. Aus der Nähe nehmen sich sogar die Grössten wie kleine Fische aus. Daran ändert auch nichts, dass Filmstars und -sterne sich in eigenen oder geliehenen «Stretched-Cars» fortbewegen, diesen von Spezialfirmen entzweigegschnittenen und mit Zusatzkarosserie in die Länge gezogenen Lincoln-Towncar-Limousinen, hinter deren abgedunkelten Fenstern der Glanz, der Lack und der Duft der Berühmtheit sich wie in einer klimatisierten Konservenbüchse frisch erhalten soll.

Ein Film, der 40 bis 50 Millionen koste, aber einen Star in der Hauptrolle hat, sei finanziell ein geringeres Risiko als ein 10-Millionen-Film ohne Star, ist von einem weiteren Fachvertreter zu hören, die alle nur unter der Bedingung an die UCLA-Kurse kommen, dass sie nicht zitiert und später auch nicht mit Stellen gesuchen behelligt werden. Die Filmhochschule weist so illustre ehemalige Absolventen wie Francis Ford Coppola («Apocalypse Now», 1979) und Tim Robbins («Dead Man Walking», 1995) auf. Eine junge

Zürcherin, die nach Kalifornien ausgewandert ist und hier studiert, hatte da auch schon mal drei Stunden lang Dustin Hoffmann in der Klasse, der bereitwillig über seine Erfahrungen redete: «Es ist ein Paradies hier, wenn du etwas lernen willst.»

## Geldmaschine Hollywood

Mehr als fünfzehn Milliarden Dollar werden 1996 in den US-amerikanischen Kinokassen liegen bleiben. Nach den Voraussagen, die am 8.10.1996 in der jeden Werktag erscheinenden Zeitschrift «The Hollywood Reporter» erschienen sind, werden es in Frankreich nur etwa 915 Millionen und in Deutschland

Rekord – diesen Sommer nach 7 Tagen Spielzeit 100 Millionen, nach 12 Tagen 150 Millionen und nach insgesamt 21 Tagen 200 Millionen Dollar eingespielt hat (und dies alles mit dem deutschen Söldner-Regisseur Roland Emmerich), «können Sie wirklich keinem Studio den Vorwurf machen, Geld verlieren zu wollen», sagt mir Brad Radnitz, der Westküsten-Präsident «Writers Guild of America»: «Diese Leute sind ja nicht im Geschäft, um Museen und Kunstgalerien zu füllen, sondern des Geldes wegen. Wenn dabei Kunst rausspringt, um so besser! Aber das ist nicht das vorrangige Ziel.» Lediglich die 250 sowie die 300 Millionen-Grenze hat «Jurassic Park» von Steven Spielberg 1993 schneller erreicht als der Science-

Luft flogen, von Maschinenpistolen niedergemäht oder von Explosionen durch Fenster geschleudert wurden.»

An Talenten, die an den Filmhochschulen UCLA und der University of Southern California oder an den Kursen von Vereinigungen wie der «Writers Connection» lernen, Filmstoffe seriöserer Art zu entwickeln, fehlt es in Hollywood wahrlich nicht. «Es gibt einen Punkt, von dem an die effectsorientierten Filme sinkende Einnahmen verzeichnen werden», prophezeit Radnitz und hofft, dass dieser möglichst bald erreicht sein wird, damit wieder Raum für gut geschriebene Filme entsteht. Denn die Autorinnen und Autoren lieferten eben auch nur, was der Markt verlange – wie



Achterbahnen im Six Flags Magic Mountain Park bei L.A., rechts «Batman the Ride» aus Monthey im Wallis.



852 Millionen sein. Amerikaner, die wir in Europa für hoffnungslos TV-süchtig halten, gehen mit 4,85 Einträgen pro Jahr viel häufiger ins Kino als Franzosen (2,29) oder Deutsche (1,59). Weltweit, so geht aus der gleichen Quelle hervor, spielte die Filmbranche 1995 15 Milliarden Dollar ein. Erwartet wird, dass es im Jahre 2005 22 Milliarden sein werden.

Genaue Zahlen darüber, welches ökonomische Gewicht den amerikanischen Filmen in Asien, Afrika und Südamerika zukommt, sind nur schwer zu erhalten. Als wichtigstes Importland für Hollywood-Filme wird Deutschland genannt, dessen Fernseh-Markt auf 8,5 Milliarden Dollar beziffert wird (The Hollywood Reporter, 26.7.1996). Der Vertrag, den der TV-Mogul Leo Kirch Ende Juli 1996 mit Warner Brothers abschloss, wird allein auf 800 Millionen geschätzt. Die Finanzspritzen, mit denen die deutschen Grosseinkäufer die Hollywood-Studios versehen, gelten als hochwillkommen, machen doch die schwächlichen Börsenwerte die Filmstudio-Aktien eher zu einem Liebhaberwert. Warum diese Gelder von Kirch und anderen nicht in die deutschen Filmstudios gesteckt werden, fragt in Hollywood lieber keiner. Das ist, wie wenn Mercedes und BMW der amerikanischen Automobilindustrie Milliarden hinblättern würden, um in ihren deutschen Filialen Cadillacs und Chevrolets verkaufen zu dürfen. Mit dem Beispiel «Independence Day» vor Augen, der – in absolutem

fiction-Knüller mit den spektakulären computergenerierten Ufos. Als Vertreter der Drehbuchautoren-Organisation weiss Brad Radnitz natürlich sehr wohl, dass bei solch schwindelerregenden Zahlendimensionen mehrere Ziele oft auf der Strecke bleiben: «Leute, die nach Hollywood kommen, suchen das Aussergewöhnliche: das grosse Geld, viel Macht und den Anblick von schönen Frauen oder Männern. Manche kommen sogar der Kunst wegen her. Sie wollen Ruhm und Macht, aber mit dem, was sie erschaffen, können sie sich nicht halten, wenn es ihnen nicht gelingt, gewinnbringend zu produzieren.»

Im Sommer werden in den USA jeweils die Action-Thriller lanciert, die «Amusement Park Rides», wie auch Brad Radnitz sie nennt; erstere und anspruchsvollere Stoffe folgen dann im Herbst und im Winter: «Leute, die versuchen, Geld zu machen, zielen gewöhnlich auf ein Niveau ab, wo die Publikumsmehrheit bereit ist, die Brieftasche zu öffnen. Und populär ist das Mondäne und Spektakuläre.» Den Drehbuchautoren wären gute Stoffe, in denen Charaktere sorgfältig herausgearbeitet sind, viel lieber, sagt Radnitz, der früher für die TV-Serie «Mission: Impossible» schrieb, die – anders als der kürzlich erschienene gleichnamige Film – noch ohne teure Special Effects auskam und daher vor allen Dingen auf stimmige Geschichten achten musste: «Da gab es das nicht, dass alle fünf oder sechs Minuten Körper durch die

Schneider, die sich für Anzüge an ein Schnittmuster halten».

## Welthauptstadt des Kinos

Die Industrie, die sich in Kalifornien niederliess, weil hier das ganze Jahr durch unter (beinahe) ewig blauem Himmel gedreht werden kann, wird die Konkurrenz in anderen Ländern weiterhin in Schach halten. Warum amerikanische Filme sich weltweit so gut verkaufen, und beispielsweise Filme aus Indien, einer anderen Kinogrossnation, nicht, hängt mit einer Vielzahl von Faktoren zusammen. Zwei Gründe sind offensichtlich: Technologisch sichert sich der US-Film immer wieder einen Vorsprung, erfindet das Kino stets von neuem; und nirgendwo auf der Welt ist so viel Geld verfügbar, um gleichzeitig und in gegenseitiger Konkurrenz so viele High-Budget-Filme zu produzieren – die sich doch recht häufig als Pleiten erweisen. Durch diese hohe Zahl von Misserfolgen würde jede andere Filmstadt in Kürze ruiniert. «Es gibt eine Kasino-Mentalität hier», lächelt Brad Radnitz: «Wie Las Vegas zieht Hollywood Spieler aus der ganzen Welt an, die wissen wollen, was für ein Gefühl es ist, Produzent, Teil eines Studio-Komplexes zu sein oder ein Film-Studio zu besitzen.» Diese Leute bestünden denn auch nicht darauf, dass diese Investitionen stets auf der Höhe üblicher Rendite-Erwartungen blieben. Im Besitzstand dieser Financiers und Gesellschaften käme die-

sen Hollywood-Anteilen ein besonderer Status zu: «Wie Spielzeugen oder Schmuckstücken, die niemand mehr hergeben wolle.»

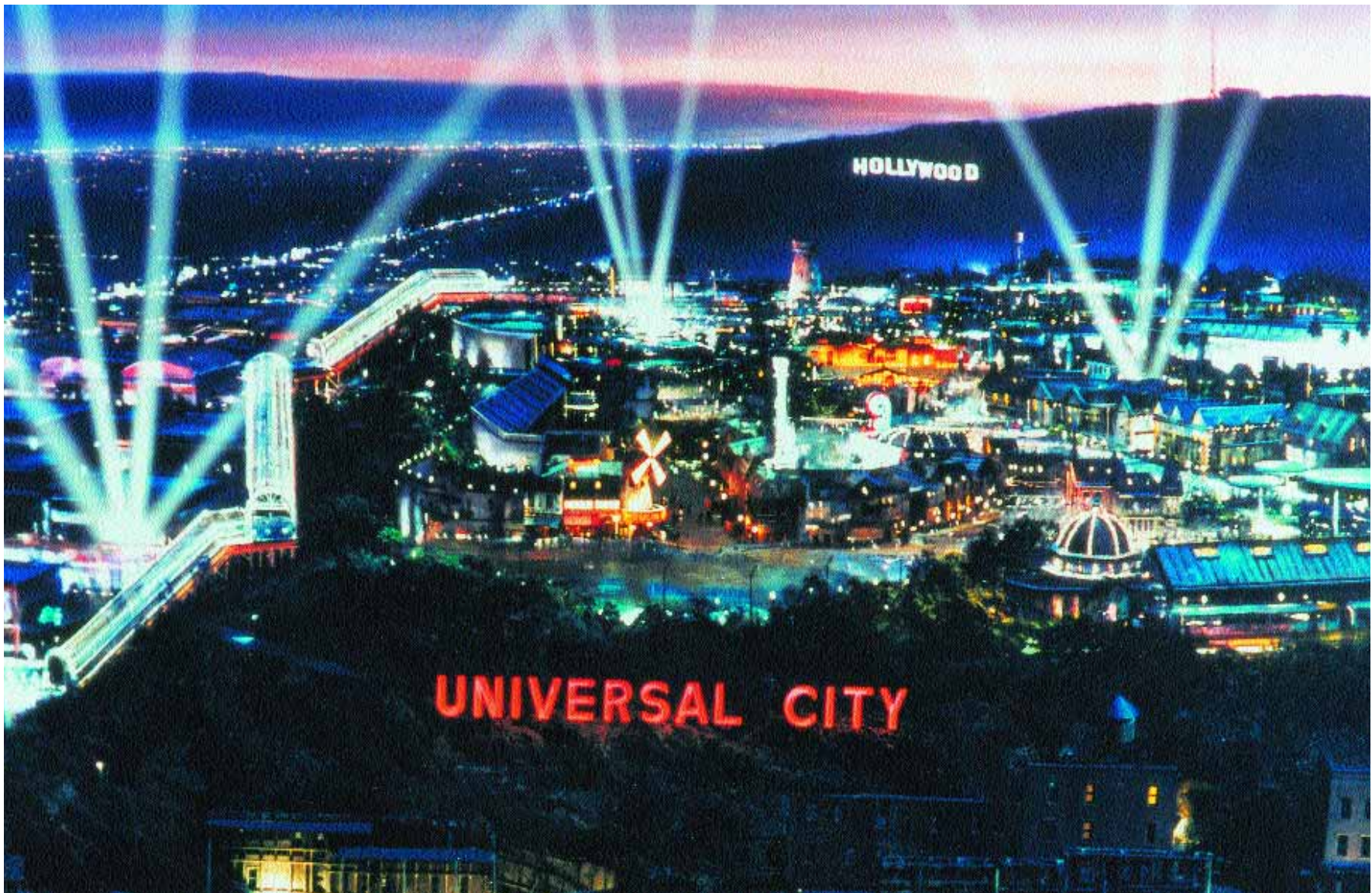
Drittens schafft es Hollywood, weltweit Märkte zu erobern, weil es selber ein universeller Ort ist. «Hollywood saugt wie ein grosser Trichter kreatives Talent auf», meint Alexander Schmidt, ein Berliner Filmhochschüler, der mit einem Kollegen den genannten Sommer-Intensiv-Kurs an der UCLA belegte. Beispiele reichen von Chaplin über Billy Wilder, Hitchcock bis hin zum britischen Brüderpaar Ridley Scott («Alien», 1979; «Blade Runner», 1982) und Tony Scott («Crimson Tide», 1995; «The Fan», 1996), den Franzosen Luc Besson («Léon», 1994) und – neuerdings, ihm wurde soeben die Verfilmung von «Alien: Resurrection» angeboten – Jean-Pierre Jeunet («Delicatessen», 1991; «La Cité des enfants perdus», 1995). Selber universelle Filme zu exportieren und die kontinentalen Grenzen zu überwinden, schaffen die europäischen Filmländer viel zu selten. «Europa produziert kulturell zu enge Filme, so gut sie manchmal auch sind», meint Dick Mason, der als Filmhistoriker die Führungen durch die Warner-Brothers-Studios in Burbank betreibt. «Amerikanische Filme spielen auch ausserhalb des Landes gut, weil sie so strukturiert sind, dass auch jede Person aus einer anderen Kultur in die Geschichte hineinpassen könnte. Die amerikanische Kultur besteht aus Menschen von überall her. Sie ist ein gewaltiger Schmelztiegel.» Mason, der bisher 26 000 Filme gesehen hat und über alle Buch führt, erwähnt Wolfgang Petersons Kriegsfilm «Das Boot» (1981) als eines jener fremdsprachigen Werke, die auch in Hollywood viel Publikum anlockten: «Der war wie ein amerikanischer Film gemacht.» Keineswegs zufällig arbeitet auch Peterson seither in den USA (zuletzt «Outbreak», 1995).

## Mythos Hollywood

Hinzu kommt, dass der Film, dieser «Schmelztiegel» der Künste – Fotografie, Dialog-Literatur, Schauspiel, Musik – in kaum einer Kultur so zum privilegierten künstlerischen Ausdrucksmittel geworden ist wie in der amerikanischen. «Amerika fand im Film sein Medium, um Geschichten zu erzählen», betont Brad Radnitz von der Writers' Guild und ergänzt: «Filme sind die Kunstform dieses Jahrhunderts, voraussichtlich auch die des nächsten.» Keine andere habe in dem Land eine vergleichbare Breitenwirkung erreicht. Zu dieser Filmkunst zählt auch das «Wissen darüber, was das Publikum fesselt, in den Bann zieht und wiederkommen lässt».

Mit zum Erfolgsgeheimnis gehört, dass das amerikanische Kino auf einer mythologischen Ebene unverdrossen den Kampf zwischen dem Bösen und dem Guten inszeniert, auch wenn das berühmte «Hollywood-Ende» etwas aus der Mode kam. «Das Publikum scheint es aber noch immer zu wollen», unterstreicht Brad Radnitz: «Sie wollen das Kino nicht niedergeschlagen verlassen, sie wollen fühlen, dass es Hoffnung gibt, dass auch eine kleine Person es schaffen und jemand aus der Armut heraus glücklich und reich werden kann. In den letzten Jahren gibt es eine Tendenz zu dem zurück.»

Neben dem «Feel-good»-Ende, so unrealistisch dieser Anspruch in der harten sozialen Welt der Grossstädte auch sein mag, befriedigt Hollywood auch die Lust an der Angst. In einem Land (Bevölkerung: 262,8 Mio.), wo nach neuesten FBI-Statistiken bei allgemein rückläufiger Tendenz 1995 noch immer 21 597 Menschen ermordet wurden – 55% von ihnen durch Personen, die ihnen unbekannt waren – steht das Filmgenre Murder/Mystery in hohen Ehren. 77% der Mordopfer des Jahres 1995 waren Männer. Bei den ermittelten Tätern waren 91% Männer. Die ermordeten Frauen waren in 26% der Fälle Opfer ihrer Ehegatten oder ihrer Geliebten. Nur 3% der männlichen Opfer wurden von ihren Ehefrauen oder Geliebten getötet. Neben schockierenden und in Europa lange Zeit als sitzunggefährdend geltenden Beziehungsdramen begründeten Gangsterfilme – zusammen mit ihrer historischen Variante, den Western –



Die Universal Studios in Hollywood bei Nacht.

Fotos Universal City Studios

nachgerade den Ruf des amerikanischen Kinos.

Barri Evans gab in ihrem UCLA-Drehbuch-Kurs freimütig zu, dass sie Filme liebe, die ihr «Angst einjagten», genauso wie sie es liebe, von Filmen «gerührt» oder «zum Lachen gebracht» zu werden. Wie die amerikanischen Achterbahnen, eine andere uramerikanische Einrichtung, die jedes Jahr Millionen von Menschen in die Vergnügungsparks zieht, bietet sich der Hollywood-Film Marke Action/Adventure oder Krimi für das Publikum als Mutprobe an, als Herausforderung, an deren Ende mit dem befreiten Lachen auch ein Teil jener Ängste abgeschüttelt werden kann, die den Alltag prägen. In «Daylight», einem demnächst herauskommenden Action-Film um einen infolge einer Explosion verschütteten Autotunnel mit Sylvester Stallone in der Hauptrolle (der mit anderen Eingeschlossenen den Weg zum Tageslicht vermutlich so sicher wiederfinden wird wie die Kinobesucher am Ende den Saal-Ausgang), will Regisseur Rob Cohen nach eigenen Angaben das Publikum «auf eine emotionale Reise mitnehmen»: «Wir versuchen, die Leute in das Erlebnis hineinzubekommen», das Publikum soll «zusammengefasst» (swept up) werden («Variety's on Production», August 1996).

Im Vergnügungspark der Universal Studios in Florida wird seit April 1996 auf einer dreiteiligen Leinwand, die 46 m weit und 7 m hoch ist, jede halbe Stunde der 3D-Film «Terminator 2» gezeigt. Hauptattraktion ist neben Arnold Schwarzenegger, der den heroischen T-800-«Terminator» spielt, ein übles Mega-Killerwesen namens «T-meg» in Gestalt einer 15 m breiten und 6 m hohen aus flüssigem Metall bestehenden Spinne. Ziel von Regisseur James Cameron war es, dieses mit Bildcomputern (der Firma Digital Domain) kreierte Monster so echt wirken zu lassen, dass Realität auf der Leinwand und in Wirklichkeit in den Zuschauerreihen ununterscheidbar würden. Mit 3D sollte eine Illusion der Tiefe erreicht werden, dass die Schauer-Spinne förmlich aus der Projektionsfläche hervortrete. Der Erfolg soll dem Vernehmen nach «schreiend» sein. Der 60 Millionen Dollar teure Spass lasse die Leute förmlich von ihren Sitzen aufspringen, um dem Biest auszuweichen, wie einer der an der Entwicklung Beteiligten der Zeitschrift «Variety» (2.8.1996) erklärte: «Denn es ist so gross und so erschreckend und bewegt sich so schnell auf dich zu, dass du ver-

gisst, dass es sich nicht wirklich im Kinosaal befindet.»

### Kino als Jahrmarkt

Gekreische auch auf dem «Jurassic Park Ride» in den Universal Studios in Burbank/Los Angeles! Seit Juni 1996 offen, werden die Zuschauer auf einer nassen Geisterbahn in einem Boot zuerst über eine hohe Rampe auf einen Hügel hochgezogen, an zunächst friedlichen Dinosauriern, die sich wie echt bewegen, vorbei, bis schliesslich wie im Spielberg-Film selber die Elemente entfesselt werden und die ganze Draachenbrut fauchend über die Passagiere herfällt. Wie ich am eigenen Leib erfuhr, muss das Boot nach vierhalb Minuten Höllenfahrt erst über einen Wasserfall hinab zum Ausgangspunkt stürzen, bevor die Reisenden – von der riesigen Bugwelle vollkommen nassgespritzt – wieder sicheren Boden unter den Füssen erlangen. Sehr viel friedlicher geht es mit dem netten Ausser-

irdischen E.T. an einer anderen Ecke des Universal City Parks auf eine nächtliche Reise über L.A. hinaus ins Weltall zu seinem märchenhaften Planeten. Da wird mir auch plötzlich klar, dass diese Attraktionen nichts anderes als die Rückführung des Kinos zu jener Jahrmarktsensation sind, bei welcher der Film einst seinen Ausgangspunkt nahm. Da kommt es doch her: das Schreckliche, das Sensationelle, das Tragische, das Komödiantische. Von der Commedia dell'arte bis zum blutrünstigen Schocker, der seine fernsten Anknüpfungspunkte in den öffentlichen Hinrichtungszereemonien der Vormoderne hat. Hollywood als universaler Jahrmarkt.

Der «Universal»-Studios-Erlebnispark wird ausgesprochen saubergehalten – eine kleine künstliche ideale Welt. Probleme bleiben draussen. Volksfeststimmung herrscht. Alle hier drin haben entweder einen Job und arbeiten – verkaufen Souvenirs, öffnen Türen der Vorführräume, machen Ansagen –, oder haben Geld und amüsieren sich.

Atemberaubend, schlicht umwerfend wirkt der Virtual-Reality-«Thrill Ride» mit Motiven der «Back to the Future»-Filme, in den ich mich anlässlich meines Besuches ebenfalls schleusen liess. Das Publikum wird in kleinen Gruppen auf hydraulisch steuerbaren Sitzen fest plazierte und an Ort und Stelle durchgeschüttelt. Die Leinwand hingegen suggeriert synchronisiert zur Bewegung eine rasende Fahrt durch die Lüfte. Das fliegende Zukunftsauto dreht sich, stürzt vornüber – und dies in tiefste Canyons, über Häuser, durch Strassenschluchten, durch Hindernisse wie Leuchtreklamen hindurch – und es wirkt alles so unheimlich echt: Dinosaurier, die nach einem schnappen, der Schlund eines Vulkans, in den wir uns zu bohren drohen, Beinahekollisionen mit anderen Autos. Techno-Jahrmarkt, der ahnen lässt, was in 50 Jahren Unterhaltung sein wird: Zeitreisen, Sternreisen.

### Loopings und Schwerelosigkeit

Gedreht und am Computer ausgeheckt wurde der «Back to the Future»-Ride übrigens von der amerikanischen Firma Showscan, die neben der kanadischen IMAX und der kalifornischen Iwerks die dritte Produktionsgesellschaft für 70-mm-Grossformat-Filme ist, welche die Seh-Erfahrung des menschlichen Auges imitieren. Die Hydraulik des Simulationskinos lieferte indessen die 1967 gegründete Intamin AG in Wollerau/Kanton Schwyz, die ihre massgefertigten Bahnen und Freizeitanlagen weltweit verkauft. Für den «Six Flags Magic Mountain»-Theme Park im Norden von Los Angeles entwickelte die Intamin auch eine «Superman – The Escape»-Attraktion, die noch dieses Jahr eröffnet werden soll. 15 Personen sitzen mit Bauchbügel in einem offenen Schienenfahrzeug, das in sechs Sekunden elektromagnetisch von 0 auf 160 km/h beschleunigt und von der Horizontalen aus senkrecht einen 90 m hohen Turm hochschiesst. Fünf bis sechs Sekunden sind die Passagiere völlig gewichtslos, dann beginnt rücklings der Sturz in die Tiefe, aus einer Höhe, die, wie die Six-Flags-Werbung verheisst, dass Doppelte der Niagara-Fälle beträgt!

Im selben Park stellte die Firma Bolliger & Mabillard aus Monthey/Wallis 1994 eine schwindelerregende Achterbahn mit dem Namen «Batman the Ride» auf, die 1992 schon für Six Flags Chicago entwickelt worden war. Auf dieser Hängebahn zappeln die Beine der Passagiere, die auf ihren Sitzen in 360°-Schlaufen, Schrauben und Sturzflügen herumgewirbelt werden, im Leeren. So-

lide Ingenieursausbildung und Erfahrung im Seilbahnbau erklären, dass ausgerechnet zwei Schweizer Firmen mithelfen, den Amerikanern ihre Lieblingsspielzeuge zu bauen.

### Quo vadis?

Es sei selbst für sie sehr schwer, Trends im gegenwärtigen amerikanischen Filmschaffen auszumachen, meinte Dona Cooper, eine hochrangige Programmgestalterin beim Fernseh-Netzwerk «ABC», die ich an einem Drehbuch-Seminar in Hollywood hörte. Im Augenblick, wo es möglich wäre, so was wie einen Trend festzustellen, nehme die Filmindustrie auch schon wieder eine neue Richtung, sagte sie. Dona Cooper, die ein Buch mit dem Titel «Writing Great Screenplays for Film and TV» (1994) geschrieben hat, sprach an der Veranstaltung über die verschiedenen «Heldentypen» im US-Film: das Idol, den Alltagshelden, den «Underdog»-Helden und – auf der untersten Stufe des gesellschaftlichen Prestiges – den «Lost Soul Hero», der alle Brücken hinter sich abgebrochen hat. In ihrem Buch verglich auch sie den Film, der attraktiv wirke, mit einem «Roller Coaster», einer Achterbahn. Nachdem sie in ihrer Karriere weit über 10000 Drehbücher gelesen und beurteilt hat, schälte sich für sie dieser Strukturvergleich heraus. Hier wie dort würde gefühlsmässig zwingend Spannung aufgebaut und aufgelöst. Dadurch verschafften die Filme dem Publikum erst die Befriedigung, die es im Kino suche. Die Drehbuchautoren und -autorinnen könnten das Publikum «ködern», «bezirzen», «schockieren», «amüsieren», «neugierig machen» oder in ihm «praktisch jedes andere starke Gefühl wecken», solange dies innerhalb der Gesamteinheit der Geschichte stimmig sei.

Genau dies schafft das «Hollywood»-Kino auch tatsächlich immer wieder, mit – für die Filmbranche anderer Länder – zermürbender Regelmässigkeit, ob es sich dabei nun um Abenteuer-, Science-fiction-, Historienfilme, Krimis, Dramen oder Komödien handelt. Daran liegt es denn wohl auch, dass sich so viele ein um das andere Mal beim Verlassen des Kinos fragen, was denn bitte schön sie an der – nur allzu oft banalen – Filmgeschichte, beinahe wider ihren Willen so gepackt hat. Nun ja. Weit weniger als um das «was» geht es Hollywood eben um das «wie». Um den «American Way». Wie sagt doch eine schreibende Kollegin mit ironischem Lebensernst: The Show must go on!



Eine der Erlebnisfahrten in den Universal Studios ist der «Jurassic Park Ride» mit Effekten wie in Steven Spielbergs Film.