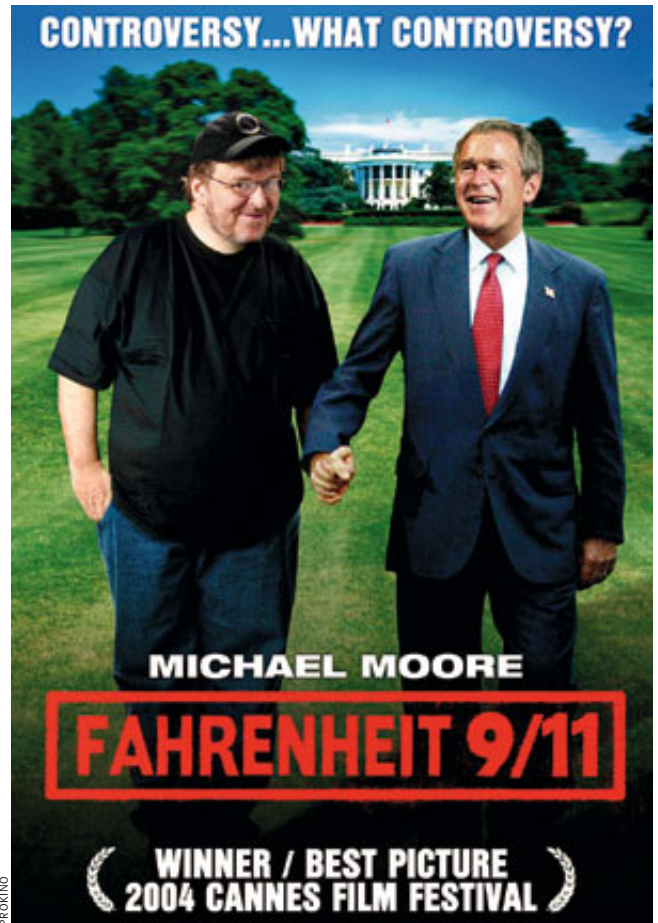




„Die Geschichte vom weinenden Kamelel“



„Fahrenheit 9/11“ (inoffizielles Plakatmotiv)

KINO

Die Droge Wirklichkeit

Dokumentarfilme, in der Kinobranche lange als Kassengift verrufen, finden derzeit häufig ein größeres Publikum. Das neu erwachte Interesse gilt nicht nur politisch engagierten Werken wie Michael Moores „Fahrenheit 9/11“, sondern auch Filmen über Radfahrer und weinende Kamele.

Am Freitag vergangener Woche durfte der meist schwitzende, dicke Mann mit dem struppigen Bart seinen größten Triumph feiern: Fünf Wochen nachdem Michael Moore mit seinem Film „Fahrenheit 9/11“ bei den Festspielen in Cannes die Goldene Palme gewonnen hatte, lief das Werk in den US-Kinos an – mit der Rekordzahl von 868 Kopien.

Vergebens hatten Bush-Unterstützer und Moore-Gegner, die den Filmemacher laut „Washington Post“ sogar mit dem Nazi-Propagandaminister Joseph Goebbels verglichen, gegen den Filmstart zu Wahlkampfzeiten plädiert. Gleich am ersten Tag brach der Film in mehreren Kinos Hausrekorde; Stars wie Glenn Close, Richard Gere und Leonardo DiCaprio erschienen so zahlreich, dass in New York gleich an

mehreren Abenden von Prominenten besuchte Premieren stattfanden.

Moores Attacke gegen die Bush-Administration scheint die amerikanische Nation zu spalten wie kein Film zuvor. Stars wie Madonna forderten die Amerikaner dazu auf, sich „Fahrenheit 9/11“ im Kino anzusehen; die Pro-Bush-Bewegung „Move America Forward“ animierte ihre Anhänger dagegen zum Boykott von Kinobesitzern, die den Film zeigen.

Am Ende dürfte „Fahrenheit 9/11“ den Erfolg von Moores Vorgängerkino „Bowling for Columbine“, der sich mit dem Waffenhahn der US-Amerikaner beschäftigt und weltweit über 50 Millionen Dollar einspielte, noch übertreffen. In Deutschland kommt der Film Ende Juli in die Kinos, mit 200 Kopien – laut Verleih „der

bisher größte deutsche Kinostart einer Dokumentation“.

Dabei ist das Doku-Genre insgesamt bei Kinozuschauern so populär wie noch nie. So hielt sich „Super Size Me“ (deutscher Start: 15. Juli), eine filmische Attacke des Regisseurs Morgan Spurlock gegen den Fast-Food-Konzern McDonald's, wochenlang unter den ersten zehn der amerikanischen Kino-Charts.

Und auch „The Fog of War“, ein Porträtfilm des Regisseurs Errol Morris über den früheren US-Verteidigungsminister Robert S. McNamara, lief überraschend erfolgreich. Dank dieses Publikumszpruchs wird auf dem US-Kinomarkt wohl die Rekordzahl von 2003 noch einmal übertroffen: Im vergangenen Jahr spielten Dokumentarfilme dort 49,2 Millionen



„Deep Blue“



Regisseur Spurlock in „Super Size Me“

Jungschauspieler in „Die Spielwütigen“

Neue Dokumentarfilm-Produktionen: *Der Überdruß an Hollywoods künstlichen Welten macht Lust auf die Wirklichkeit*

Dollar ein. Zum Vergleich: 1998 waren es nur 7,6 Millionen.

Es scheint so, als entdeckten auch europäische Kinogänger eine neue Lust auf die Droge Wirklichkeit. Allein in Frankreich sahen 1,5 Millionen Menschen „Sein und Haben“, Nicolas Philiberts Porträt einer Zwergschule in der französischen Provinz. Und die von den britischen Regisseuren Andy Byatt und Alastair Fothergill gedrehte Meeresdokumentation „Deep Blue“ erreichte in diesem Jahr in Deutschland 750 000 Zuschauer.

Von der Kritik hoch gelobt, brachte der deutsche Regisseur Andres Veiel – bereits für seine Dokumentation „Black Box BRD“ über die RAF preisgekrönt – gerade sein Jungschauspieler-Porträt „Die Spielwütigen“ in die deutschen Kinos.

Pepe Danquart begeistert mit seinem furiosen Tour-de-France-Film „Höllentour“ derzeit die Besucher. Und die an der Münchner Filmhochschule ausgebildeten Nachwuchsregisseure Byambasuren Davaa und Luigi Falorni schafften es mit ihrem in der Mongolei spielenden, poetischen Dokumentarstück „Die Geschichte vom weinenden Kamel“, rund 240 000 Zuschauer zu rühren; nach dem Erfolg in Deutschland verkaufte sich der Film auch international – sogar in die Vereinigten Staaten.

Einen Grund für den Doku-Boom sehen Branchenfachleute darin, dass das Blockbuster-Kino von den „Matrix“- und „Herr der Ringe“-Trilogien bis zu „Shrek 2“ (siehe Seite 146) die Zuschauer an immer entferntere Orte entführt – und bisweilen ermüdet.

In den vom Computer erschaffenen künstlichen Welten Hollywoods ist alles möglich; das Publikum aber fragt sich immer öfter: Was ist wirklich? So wurde die Dokumentation „Deep Blue“ im Kielwasser des Computerfilms „Findet Nemo“ ein Erfolg: Offenbar wollten viele „Nemo“-Fans wissen, wie es in den Tiefen des Ozeans tatsächlich aussieht.

Ein anderes Motiv für die neue Dokumentarfilm-Begeisterung: Zumindest in den USA trauen viele Zuschauer dem Fernsehen nicht mehr. Seit die Anschläge vom 11. September 2001 die Nation erschütterten und viele Gesetze verschärft wurden, fühlen sie sich unzureichend und einseitig informiert.

„Die Menschen sind auf der Suche nach Wahrheit“, glaubt „Super Size Me“-Macher Spurlock, der sich für seinen Film einen Monat lang nur von McDonald's-Produkten ernährte. „In den USA werden die Nachrichten stark gefiltert, gerade was den Irak-Krieg betrifft. Auf das Fernsehen ist kein Verlass mehr.“ Wer umfassend informiert werden will, müsse ins Kino

gehen – nach dem Motto: Mach dir ein paar wahre Stunden.

Doch suchen die Zuschauer tatsächlich im Kino Aufklärung statt Zerstreuung? Viele Amerikaner, die in „Super Size Me“ ihre verfetteten Landsleute erblicken, schauen auf die Leinwand wie in einen Spiegel – und auch wenn ihnen nicht gefallen kann, was sie da sehen, so bietet das Ganze doch jede Menge Anlass zur Belustigung.

Insofern funktioniert das Dokumentarokino ähnlich wie das Fernsehen, das mit „Big Brother“-Shows und Doku-Soaps das Bedürfnis der Zuschauer bedient, ins (vermeintlich) wahre Leben einzutauchen und normalen Menschen bei der Bewältigung ihrer alltäglichen Probleme zuzuschauen.

Im Überdruß an der Fiktion bietet vielen Menschen nur noch das Echte wahren Thrill. Einige der neuen Dokumentarfilme lassen die Zuschauer mitfiebern wie bei einem Live-Ereignis: Wer kommt durch?, fragen sich die Zuschauer angesichts der Schauspielschüler in Veiels „Spielwütigen“ ebenso wie bei den Radfahrern in Danquarts „Höllentour“. Die Hochleistungssportler erscheinen nicht wie Superhelden, sondern wie harte Arbeiter, die eine große Aufgabe zu bewältigen haben – und laden gerade deshalb zur Identifikation ein.

Die Diskussion, ob ein Filmemacher die Wirklichkeit abbilden oder eine eigene

Welt erschaffen solle, ist so alt wie das Kino selbst: Die Gebrüder Lumière richteten Ende des 19. Jahrhunderts ihre Kameras auf Fabrikarbeiter, Georges Méliès schickte seine Zuschauer wenige Jahre später in seiner Jules-Verne-Verfilmung „Eine Reise zum Mond“ ins All. Doch die strikte Trennung war bereits damals illusorisch, denn schon die bloße Gegenwart der Kamera ist ein Eingriff in die Wirklichkeit.

In den vergangenen zehn Jahren kam es zu einer Vermischung von Spiel- und Dokumentarfilmen und ihrer ästhetischen Mittel. Die von dem dänischen Regisseur Lars von Trier und dessen Kumpanen ausgerichtete „Dogma 95“-Bewegung arbeitete systematisch mit verwackelten, manchmal unscharfen Bildern. Beim Dokumentarfilm oft unvermeidlich, wurden sie von den Spielfilm-Regisseuren zielgerichtet eingesetzt, um den Eindruck von Authentizität zu erzeugen und die Sehnsucht des Zuschauers nach dem Echten zu stillen.

Errol Morris, im Februar mit dem Dokumentarfilm-Oscar ausgezeichnet, porträtiert einen der umstrittensten US-Politiker des 20. Jahrhunderts: Robert S. McNamara, Verteidigungsminister von 1961 bis 1968 unter den Präsidenten John F. Kennedy und Lyndon B. Johnson.

23 Stunden lang ließ sich McNamara, heute 88, für den Film interviewen. „Mac the Knife“, Mackie Messer, wie McNamara auf dem Höhepunkt seiner Macht mit einer Mischung aus Bewunderung und Verachtung genannt wurde, spricht vor Morris' Kamera über seine Soldatenzeit im Zweiten Weltkrieg, seine Managerjahre beim Autohersteller Ford und vor allem über seine Rolle während des Vietnamkriegs.

Morris mischt diese Interviewszenen mit Tonbandaufnahmen aus dem Weißen Haus und zum Teil bisher unbekanntem historischem Bildmaterial. Eine Sensation ist „The Fog of War“ (Deutschland-Start: 30. September) jedoch vor allem deshalb, weil

– Konzentration, Vermittlung von Informationen in größtmöglicher Dichte.

Moore und Spurlock geben vor, dem kleinen Mann beizustehen – und zeigen ihm, wo der Feind steht. Sie stellen den Einzelnen einer Übermacht gegenüber, sei es das Weiße Haus oder McDonald's.

Die Filme reagieren auf das Gefühl der Ohnmacht, das viele Menschen derzeit gegenüber dem Staat oder großen Konzernen empfinden; und sie schüren die Wut. In „Super Size Me“ werden die McDonald's-Manager „Bastarde“ genannt – und das ist nur halb ironisch gemeint. Zweifellos sind diese Filme auch deshalb so erfolgreich, weil sie ihre Zuschauer mit Megafon-Stärke ansprechen.

So ist die Grenze zum Propagandafilm oft fließend: Wählt Bush ab, predigt Moore; es gibt keinen gerechten Krieg, vermittelt Morris; esst kein Fast Food, bläut Spurlock seinen Zuschauern ein. „Ein Dokumentarfilm darf eine Meinung haben, einen



Animationsszene in „Super Size Me“: Auch die vermeintliche Aufklärung ist amüsante Unterhaltung

Hollywood adaptierte diese Mittel mit Erfolg: Der für 35 000 Dollar mit einfachsten Mitteln gedrehte Horrorfilm „The Blair Witch Project“ (1999), der mehreren Jugendlichen durch einen undurchdringlichen Wald folgt und wie ein Urlaubsvideo wirkt, ist bis heute die profitabelste Produktion der Filmgeschichte. Die rauen, verwackelten Bilder geben den Zuschauern das Gefühl größter Unmittelbarkeit.

Zugleich lernte der Dokumentarfilm vom Spielfilm, seine Zuschauer zu unterhalten. Heutzutage bauen die Regisseure geschickt Spannungsbögen auf und setzen auf dramatische Konfrontationen. Wenn Moore in „Fahrenheit 9/11“ die Mutter eines gefallenen Soldaten nach Washington schickt, scheint sie Feindesland zu betreten.

Direkt ins Gesicht eines vermeintlichen Bösewichts blickt der Kinozuschauer in „The Fog of War“. Das Werk von Regisseur

McNamaras selbstkritische Äußerungen zur Hybris von Kriegsherren als gallige Kommentare zur aktuellen US-Außenpolitik verstanden werden können.

Obwohl Morris die Interviews mit McNamara bereits im Jahr 2001 drehte und der Name Bush im Film kein einziges Mal fällt, dürfte der nachdenkliche Ex-Verteidigungsminister auch treue Bush-Wähler in ihrer Selbstgewissheit erschüttern – während der Polemiker Michael Moore wohl nur die eigenen Fans erreicht.

Viele neue Dokumentarfilme sind im guten wie im schlechten Sinn populistisch. Sie benutzen Humor als süßen Mantel für die bittere Pille Belehrung. Sie passen sich den Sehgewohnheiten der Zuschauer an, indem sie ein visuelles Patchwork bieten: ein Film gewordenes Switchen und Zappen. Die Wirkung dieser Montagen ist aber nicht Zerstreung, sondern – im Gegenteil

klaren Standpunkt“, ist der Regisseur überzeugt. „Wir wollen die Leute dazu bringen, darauf zu achten, was sie essen, und sich gesünder zu ernähren. Und wir wollen McDonald's unter Druck setzen.“

Viele der neuen Dokumentarfilme wollen die Welt nicht bloß abbilden; sie wollen sie verändern – und manchmal gelingt das auch: Sechs Wochen nachdem „Super Size Me“ auf dem Festival von Sundance gelaufen war, kündigte der Konzern an, die so genannten Super-Size-Portionen aus dem Programm seiner US-Filialen zu nehmen.

Ob Michael Moores Film dazu beigetragen hat, George W. Bush aus dem Amt zu jagen, oder ob er dem Präsidenten eher noch zu einer weiteren Amtszeit verholfen hat, wird man wohl nicht mal nach den Wahlen im November wissen.

LARS-OLAV BEIER, ANTJE HARDERS,
MARIANNE WELLERSHOFF, MARTIN WOLF