



# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Reizvolles Eintauchen -

Immersionsstrategien und immersive Stilmittel im  
amerikanischen Spielfilm“

Verfasser

Philipp Glaninger

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt.

A 317

Studienblatt:

Studienrichtung lt.

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Studienblatt:

Betreuer:

Univ. Prof. Dr. Michael Gissenwehler



## Inhaltsverzeichnis

<b>I.EINLEITUNG.....</b>	<b>1</b>
I.1.Warum Hollywood?.....	2
I.2.Kurzer Historischer Überblick.....	3
<b>II.GRUNDLAGEN.....</b>	<b>5</b>
II.1.Kinematographischer Code - Die Sprache des Films .....	5
II.2.Medienkompetenz.....	7
II.3.Ästhetik.....	8
II.4.Diegesi.....	8
II.4.a.Diegetische und nicht-diegetische Information.....	9
II.4.b.Nicht-diegetische Störreize.....	9
II.4.c.Verhältnis von Immersion und diegetischer Welt.....	10
<b>III.IMMERSION UND SEINE VARIANTEN.....</b>	<b>11</b>
III.1.Herkunft des Begriffes.....	11
III.2.Immersionsstrategie vs. immersivem Stilmittel.....	12
III.3.Immersionsbegriff in der Forschung.....	13
III.4.VR - Eintauchen in eine 360Grad-Welt.....	14
III.5.Telepräsenz und Teleimmersion.....	15
III.6.Immersion durch Interaktion.....	16
III.7.Sechs Arten der narrativen Immersion .....	17
III.7.a.Narrative Immersion .....	18
III.7.b.Sensorische Immersion.....	18
III.7.c.Intellektuelle Immersion.....	19
III.7.d.Emotionale Immersion.....	19
III.7.e.Räumliche Immersion.....	20
III.7.f.Psychologische Immersion.....	21
III.7.g.Bedeutung der narrativen Immersion in Spielfilmen.....	21
III.8.Reflexive Immersion – Eintauchen in die eigene Gedankenwelt.....	21
III.9.Rashomoneffekt.....	23
III.10.Emersion – die Umkehrung von Immersion.....	24
III.10.a.Positiv und negative Auswirkungen der Emersion.....	25
III.10.b.Emersionsstrategie vs. emersives Stilmittel.....	25
<b>IV.IMMERSIONSSTRATEGIEN.....</b>	<b>26</b>
IV.1.Werbestrategien und ihre Auswirkungen.....	26
IV.2.Wiederholung als Strategie.....	28
IV.2.a.Mit narrativer Verkürzung zur schnellen Immersion.....	29
IV.2.b. Steht das Gedächtnis der Immersion im Wege?.....	31
IV.3.Synästhesie.....	32
IV.4.„Fish out of the Water“.....	34
IV.5.Suggestion.....	35
IV.5.a.Manipulationen während der Vorstellung.....	35
IV.5.b.Manipulierte Gedanken.....	37
IV.5.c.Suggestion auf visueller Ebene.....	38
IV.6.Konditionierung.....	39
IV.6.a.Bedingte Reflexe.....	39
IV.6.b.Orientierungsreflexe.....	39
IV.6.c.Reflexkonditionierung.....	40
IV.6.d.Geschmackskonditionierung.....	41
IV.6.e.Konditionierung im Film.....	41
IV.7.Schlüsselreize und Attrappen.....	43

IV.8.Ästhetik zur Steuerung von Empathie.....	45
IV.9.Durch Empathie zur Immersion.....	47
IV.10.Anwendungsbeispiele der Ästhetik in der Filmpraxis.....	49
IV.11.Lasse ich mich eintauchen oder tauche ich selbst ein?.....	51
IV.12.Antizipation - Das Erzeugen von Erwartungshaltung.....	52
IV.12.a.Planting and Payoff.....	53
IV.12.b.Falsche Fährte - Red Herring.....	54
IV.12.c.Foreshadowing .....	55
IV.13.Emotionale Ventilscenen.....	56
IV.14.Kamerafahrt und Brennweite.....	58
IV.14.a.Über Parallaxe und die Wahl des Objektivs .....	58
IV.14.b.Immersive und Emersive Kamerafahrt.....	59
<b>V.PERFEKTIONIERUNG DER FILMWIEDERGABE.....</b>	<b>61</b>
V.1.Der “Defekt“ am Auge und die Illusion von Bewegung.....	61
V.1.a.Nachbildwirkung – das Verschmelzen von Lichtimpulsen.....	62
V.1.b.Stroboskopeffekt – Der Eindruck von Bewegung.....	64
V.2.Bedeutung der Nachbildwirkung und des Stroboskopeffektes .....	65
V.3.Verstärkt die Perfektionierung der Filmtechnik den individuellen Filmgenuss?.....	66
<b>VI.ABBILDUNGSÄSTHETIK UND IMMERSION .....</b>	<b>69</b>
VI.1.Die Wahl der Technik als Stilmittel.....	72
VI.2.Stilisierungsmöglichkeiten einer Kamera und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Immersion.....	73
<b>VII.3D TECHNIK UND IMMERSION.....</b>	<b>76</b>
VII.1.Nutzung des 3D Effektes für Immersion.....	78
VII.2.Problematische Phänomene des 3D Kinos.....	79
VII.2.a.Negative Disparation.....	79
VII.2.b.Unschärfeproblematik.....	81
VII.2.c.Irritation der Augenkoordination.....	81
VII.3.Kritische Betrachtungen zu 3D.....	82
<b>VIII.RESÜMEE UND KRITIK.....</b>	<b>82</b>
<b>IX.QUELLENANGABEN.....</b>	<b>85</b>
IX.1.Abbildungsverzeichnis.....	85
IX.2.Bibliographie.....	88
IX.3.Zeitungsartikel und Magazine.....	90
IX.4.Internetquellen.....	90
<b>X.ZUSAMMENFASSUNG.....</b>	<b>93</b>
<b>XI.LEBENS LAUF.....</b>	<b>94</b>

# I. EINLEITUNG



Abbildung 1: Eintauchen in „Das zauberhafte Land“.

The lights were dimmed and we were transported to Kansas. It started happily enough with Dorothy singing ‚Somewhere Over the Rainbow‘. She was magical and I wished the other kids in the cinema – my schoolfriends – could have sung like her. But then it began to go wrong. A terrible storm blew up. I hung on to my seat, desperately, as the menacing dust devil bore down on us. No one else in the cinema seemed to be taking danger seriously, and then, pure horror, we were blown into the sky. [...] I took part in the rest of THE WIZARD OF OZ, rather than merely watched it, and am grateful to this day that it had a happy ending.<sup>1</sup>

Derek Jarman, Filmregisseur und Künstler, \*1942 † 1994.

Wie ist es amerikanischen Hollywoodproduktionen möglich, ein Millionenpublikum nicht nur zu unterhalten, sondern es förmlich mit sich zu reißen? Und was ist das für ein Zustand, der Menschen ihrer Selbstwahrnehmung entrückt und gleichzeitig ihre Aufmerksamkeit fokussieren lässt? Auf welchen ästhetischen Strategien basieren Entscheidungen von Filmemachern, um ihr Publikum innerhalb kürzester Zeit in eine Phantasiewelt eintauchen zu lassen? Dieses Eintauchen wird als Immersion bezeichnet

<sup>1</sup> Siehe Jarman, Derek: Dancing Ledge, London, 1981, S.40.

und Immersion wird sich als Schlüsselement zur Beantwortung dieser Fragen erweisen. Auf Basis bestehender Theorien aus Forschung und Praxis sowie eigener Beobachtungen soll ein möglichst umfassendes Bild von Immersionsstrategien und immersiven Stilmitteln im amerikanischen Spielfilm geschaffen werden. Genau so wie ein Geschichtenerzähler seine Worte bewusst einsetzt, um eine packende Erzählung zu schaffen, gibt es für Filmemacher ästhetische Möglichkeiten und Erzählmuster, die sich besonders gut eignen, um ein Publikum in eine Phantasiewelt zu leiten. Immersion wurde als Arbeitsbegriff gewählt, da „*Eintauchen*“ sehr bildlich den hier thematisierten selbstvergessenen Bewusstseinszustand wiedergibt. Daneben existiert eine Vielzahl anderer passender geisteswissenschaftlicher Begriffe, die zum Teil ebenfalls in dieser Arbeit verwendet werden oder wertvolle Aspekte beisteuern. Dazu gehören „*Illusion*“ sowie „*geistiger Bildraum*“ aus dem Bereich der Literatur. Im Bereich der Werbung wird von „*Involvement*“ und „*Aktivierung des Kunden*“<sup>2</sup> gesprochen. Verstanden wird darunter der Grad der Ich-Beteiligung, also Dinge wie „*gedankliches Engagement*“ und „*Zuwendung*“ des Rezipienten.<sup>3</sup>

Themen, die in dieser Arbeit Beachtung finden werden, sind: Blicklenkung, Antizipationserzeugung, Empathie und die Nutzung von Synästhesieeffekten.

Eingangs werden wichtige (Grundlagen)begriffe der Immersion definiert. Dazu gehören vor allem Ästhetik, Code, Diegese sowie die Entwicklung der immersiven Filmsprache selbst. Im Hauptteil werden die immersiven Gestaltungsmöglichkeiten von Drehbuch, Regie und Kamera sowie in Teilbereichen von 3D-Filmtechnik, Kinoprojektion, Bildästhetik und immersive Werbestrategien des amerikanischen Erzählkinos skizziert. Basierend auf den Modellen der narrativen und reflexiven Immersion folgen Thesen zur Erzeugung und Erhaltung von Immersion.

## **I.1. Warum Hollywood?**

Über die letzten hundert Jahre hat kein anderes Land die Kinosäle Europas stärker dominiert als Amerika. Obwohl Film eine vergleichsweise junge Erzähltradition darstellt, unterliegt sie in Hollywood durch seinen kommerziellen Charakter einer Vielzahl von Ansprüchen. Das hatte nicht nur Auswirkungen auf den Inhalt sondern auch auf die ästhetische Gestaltung. Regisseure sind in erster Linie dem finanziellen Erfolg ihrer Werke verpflichtet. Umgeben werden Regisseure von Spezialisten aller Art. Angefangen von Drehbuchautoren, die Monate bis Jahre an einem Skript gearbeitet haben und einem oder mehreren Kameramännern, deren Blick in einer jahrelangen Ausbildung geschult wurde. Hinzu kommen Spezialisten wie Beleuchter, Bühnenbildner und Tonmeister. Diese

<sup>2</sup> Vgl. Kronsteiner, Nicole: Strategien der Werbung im Fernsehen, 2009, S.116.

<sup>3</sup> Vgl. Kroeber-Riel, Werner Weinberg, Peter: Konsumentenverhalten, 2003, S.345.

sind wiederum umgeben von ausgebildeten Assistenten. Als höchste Instanz wachen Filmproduzenten über den Arbeitsablauf und die Produktbeschaffenheit der mit mehreren Millionen Dollar budgetierten Filme. Ihren Weisungen können sich nur die erfolgreichsten Regisseure entziehen. Es wurde ein festgeschriebener Standard geschaffen und Filmschulen und Lehrbücher sorgen für dessen Fortbestand. Gerade dieser Wille zur Reglementierung und die damit verbundene umfangreiche Quellenlage haben zur Entscheidung geführt, das amerikanische Hollywoodkino als Basis zur Betrachtung von Immersion zu nutzen.

## **I.2. Kurzer Historischer Überblick**

Um aktuelle Immersionsstrategien zu verstehen, ist es hilfreich, die Ursprünge zu skizzieren, die zu deren Entwicklung beigetragen haben. Im Gegensatz zur Pionierzeit des Kinos, in denen nur ein paar wenige für die Entstehung eines Films verantwortlich waren, stieg in den 20er bis 50er Jahren die Zahl der Mitarbeiter erheblich an. Durch eine perfekt ineinandergreifende Rollenverteilung, hervorgerufen durch das „Hollywood Studiosystem“, mit dem auch ein heute nicht mehr existierendes exklusives Vertriebssystem verbunden war, wurde der Entstehungsprozess und somit auch die endgültige Form des Spielfilms standardisiert. So konnten in kurzer Zeit handwerklich hochwertige Werke entstehen. Durch den reglementierten Entstehungsprozess wurde auch das Endprodukt vorhersehbar. Aus produktionstechnischen Gründen war diese Entwicklung positiv. Aus Sicht der künstlerischen Freiheit war es jedoch eine große Einschränkung. Andererseits fanden sich nun Spezialisten, die die Stärken und Schwächen des Mediums kannten und auf dieser Basis zu wirken begannen. In dieser Phase entwickelten auch Theoretiker wie Sergej Eisenstein, Béla Baláz oder Siegfried Kracauer die ersten bis heute bedeutsamen Thesen zum Film. Nach dem Zusammenbruch der großen Hollywoodstudios, woran auch der aufkommende Fernsehbetrieb Anteil hatte, wurde die Filmproduktion ab den Fünfzigerjahren verstärkt auf neue Zielgruppen ausgerichtet<sup>4</sup>. Unter dem Eindruck des zweiten Weltkriegs und angesichts des folgenden „Kalten Krieges“ bildeten sich neue Filmgenres. So z. B. der pessimistisch ausgerichtete „Film Noir“, der von emigrierten Filmemachern aus Europa mit expressionistischer Beleuchtung<sup>5</sup> versehen wurde<sup>6</sup>. In den 70er Jahren definierten französische Regisseure des „Nouvelle Vague“ die Filmsprache neu und belebten damit auch die geradezu erstarrte Sprache des amerikanischen Spielfilms. Im Anschluss

---

<sup>4</sup> Vgl. Hediger, Vinzenz: Rituale des Wiedersehens. 2002. S.73.

<sup>5</sup> Im Fall des „Film Noirs“ ist das expressionistische Element der verzehrende Einsatz von starken Lichtquellen in einer dunklen Umgebung. Im Film und Photobereich wird dies auch als Low Key Ausleuchtung bezeichnet. Kombiniert wird es im „Film Noir“ mit einem realistischen Bühnenbild.

<sup>6</sup> Vgl. Brandlmeier, Thomas: Kameraautoren, 2008, S.101.

konnten kommerziell erfolgreiche Blockbusterfilme wie „Star Wars“ oder „Der Weiße Hai“ dem angeschlagenen Kinobetrieb zur neuen Blüte verhelfen. Das Schlüsselement zu diesem Erfolg stellte die grundlegende Veränderung der Vertriebsstruktur<sup>7</sup> dar, bei gleichzeitig verstärktem Einsatz von immersiven Stilelementen. Dahinter steckt der Wille, mit einem möglichst vielseitigen Handlungsverlauf eine größtmögliche Zielgruppe<sup>8</sup> anzusprechen.

Einen weiteren Wendepunkt im weltweiten Filmschaffen stellte die Verbreitung von Film- und Videokameras für Amateure dar. Schlussendlich wurde dadurch der Spielfilm reicher an Bewegung und in seiner Montage experimentierfreudiger. Die Ästhetik der Handkamera verlor nach und nach den Hauch der Unprofessionalität und entwickelte sich in den letzten zwei Jahrzehnten zu einem beliebten Stilelement. Viele Blockbusterfilme versuchen den „lebensnahen Look“ von Handkameras durch ein immer leichteres Kamerasystem zu simulieren, wie in den Abbildungen 29 auf Seite 73 und Abbildungen 27 auf Seite 70 zu sehen ist.

War es bis in die 70er eher unüblich, einen erfolgreichen Einzelfilm zu einem Mehrteiler zu machen, gehört dies nun zur Vermarktungsstrategie. Auch Neuverfilmungen alter Klassiker erfreuen sich ungebrochener Beliebtheit.<sup>9</sup> Mit der Verbreitung von Aufnahme- und Abspielgeräten in Form des Videorecorders in den 80er Jahren nahm die Breitenwirkung immer mehr zu. Ein weiterer wichtiger Anstoß zur Filmrezeption ging vom Internet in Form von leicht vertreibbaren Webvideos aus. Wie Vinzenz Hediger in *Rituale des Wiedersehens* andeutet, veränderte das nun mögliche „repeated viewing“<sup>10</sup> die Wahrnehmung von Film und in weiterer Folge die Art, wie Filmgestalter darauf reagieren. So kam es durch die zunehmende Vertrautheit mit dem Medium unter anderem zu einem deutlichem Anstieg der Bildschnittfrequenz. Der Filmkonsum war nicht mehr an Vorführräume gebunden und wurde Teil von Alltagsritualen<sup>11</sup>. Filmfirmen waren zunächst bei nachträglicher Videoveröffentlichung zurückhaltend, weil sie Verluste bei der Kinoverwertung und Videopiraterie befürchteten, doch manche Konzerne konnten

---

<sup>7</sup> Filme werden nun gleichzeitig in allen Kinos eines Landes veröffentlicht.

<sup>8</sup> In dieser Zielgruppen sind es vor allem Jugendliche, die vom Inhalt angesprochen werden sollten.

<sup>9</sup> Neben Veränderungen in Akzeptanz- und Rezeptionsverhalten kann diese Tendenz mit dem fließenden Generationenwechsel erklärt werden. Stoffe für ein jugendliches Publikum können, sobald die Generation als Zielgruppen entwachsen ist, erneut bei der nachfolgenden Generation genutzt werden. So ist zu erklären, warum in den hundert Jahren Filmgeschichte bereits über 80 Robin Hood Filmadaptierungen entstanden sind.

Vgl. Tesche, Siegfried: Die 10 bemerkenswertesten Robin-Hood-Verfilmungen, In: ZEHN.DE, CHIP Communications GmbH, München, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://www.zehn.de/die-10-bemerkenswertesten-robin-hood-verfilmungen-1172611-0> (03.04.2011)

<sup>10</sup> Vgl. Hediger, Vinzenz: *Rituale des Wiedersehens*. 2002. S.85.

<sup>11</sup> In der Gruppe wird das gemeinsame Ansehen von Videos zum Ereignis. Kinder bekommen Videofilme als Belohnung und gewisse Werke werden an besonderen Feiertagen traditionell angesehen.



gestärkt aus dieser Umstellung hervortreten. Konzerne wie Disney gaben ihr Recht auf, Produktionen exklusiv im Kino als Wiederholung zu zeigen und vertrieben ihre Werke nun zusätzlich auf Video. Diese Entscheidung war insofern bemerkenswert, da mit einem Re-Release im Kino zu diesem Zeitpunkt beträchtliche Gewinne gemacht werden konnten. Beim Video Release bestand jedoch die Möglichkeit, durch Videopiraterie nachhaltige Schädigungen in den Umsatzzahlen zu erleiden. Disney überstand den Umstieg und besitzt heute einen nicht unerheblichen Einfluss im Sinne des „repeated viewing“ auf Kinder und Jugendliche in deren Zuhause.<sup>12</sup> Durch das rituelle Wiederholen veränderte sich auch die Gratifikationserfahrung der Zuseher. Das Interesse an Neuem wandelte sich laut Hediger zu einer: „Re-Folklorisierung des filmischen Textes“.<sup>13</sup> Es zählt in der Filmhandlung nicht das „Was“ sondern das „Wie“. „Die Story ist nicht mehr das Neue, um dessen Enthüllung und Entdeckung es beim Sehen des Films geht, sondern die Voraussetzung und der Vorwand ihrer Umsetzung. Es zählt [...] die Performance mehr als der Plot“.<sup>14</sup> Oder anders gesehen schafft das nun entstandene Interesse des Publikums für Wiederholungen eine Nachfrage für sich wiederholende Formate und Zuseher wurden für eine neue Art der Immersion empfänglich. Ein weiteres Erklärungsmodell für das Interesse an Wiederholung findet sich in der zumeist lustvoll empfundenen Erfüllung von Antizipation. Mehr dazu in Form von „Planting and Payoff“ im Kapitel IV.12 Antizipation - Das Erzeugen von Erwartungshaltung auf Seite 52.

## **II. GRUNDLAGEN**

### **II.1. Kinematographischer Code - Die Sprache des Films**

[Code bezeichnet ein] Inventar von sprachl. Zeichen, für deren Anwendung dem Sprecher (Schreiber) ein System von Regeln zur Verfügung steht. Der Aktivität des Sprechers (Schreibers; Codierung) steht der Verstehensprozeß des Hörers (Lesers) gegenüber.<sup>15</sup>

Definition von Code im sprachwissenschaftlichen Bereich

Die menschliche Sprache wurde entwickelt, um über phonetische Laute Informationen zu vermitteln. Auch der Film transportiert Inhalte und so entstand für das Kino die Sprache des Films. Die kleinsten Einheiten dieser Sprache stellen Bilder und Töne dar. Sie funktionieren wie einzelne Wörter in der Grammatik. Erst durch den richtigen Satzbau ergeben sie einen Sinn. Im Spielfilm beeinflusst der Schnitt die Reihenfolge dieser Wörter.

<sup>12</sup> Vgl. Hediger, Vinzenz: Rituale des Wiedersehens. 2002. S.84.

<sup>13</sup> Siehe Hediger, Vinzenz: Rituale des Wiedersehens. 2002. S.85.

<sup>14</sup> Siehe Hediger, Vinzenz: Rituale des Wiedersehens. 2002. S.87.

<sup>15</sup> Siehe Brockhaus: Vierter Band: BRO-COS, 1989, S.620.

Sprache vermittelt jedoch mehr als nur die Summe seiner Sätze. Sie beinhaltet Eindrücke, Gefühle oder sogar verschlüsselte Botschaften. Sprache lässt sich daher auch als Code beschreiben und im Falle des Films als kinematographischer Code.<sup>16</sup> Dieser Filmcode wird aus einer Vielzahl an Quellen gespeist. Angefangen bei Sprachcodes, über Theater-, Tanz-, Malerei-, Photographie- und Musikcodes, um nur einige zu nennen. Kinematographischer Code wird ständig modifiziert und in andere Codes übernommen. Durch diese Beschaffenheit benötigt jede Art der Decodierung einen ständigen Lernprozess. Filmcodes sind zusätzlich von ihrem kulturellen Ursprung geprägt. Werke aus verschiedenen Regionen der Erde unterscheiden sich sowohl in ihren bevorzugten ästhetischen Mitteln voneinander, als auch in der Anwendung ihrer Filmcodes. So differenzieren sich die Codes in Indien, China und Japan voneinander wie Dialekte. Die „Nouvelle Vague“<sup>17</sup> in Frankreich wurde als Gegenbewegung zum etablierten Kino gebildet, das aus deren Sicht in der Filmsprache der Fünfzigerjahre stecken geblieben war.<sup>18</sup> In einem ähnlichen Bestreben agierten die Vertreter des „Dogma95“-Kinos Mitte bis Ende der Neunzigerjahre. Sie vermieden vor allem die Vorhersagbarkeit, sowohl im Schaffensprozess als auch im Endprodukt.

Rezipienten sollten den überwiegenden Teil der angewendeten kinematographischen Codes verstehen. Gleichzeitig sollten sie dabei weder überfordert noch unterfordert sein. Auch dürfen sie die angewendeten Codes und der in weiterer Folge durch sie kreierten diegetischen Filmwelt nicht ablehnend gegenüberstehen. Anstatt neue Codes zu etablieren, können bekannte Codes modifiziert werden. Obwohl die Dekodierung geringfügig mehr Aufmerksamkeit erfordert, führt dies kaum zur Überforderung, da der Rezipient auf bereits bestehende Denkmuster zurückgreifen kann. Dies ist gleichbedeutend mit einer verlängerten oder intensiveren Immersion. Als positives Nebenprodukt fühlt sich der Betrachter durch die erfolgreiche Decodierung des scheinbar unbekanntes Codes in seinem Intellekt geschmeichelt, wodurch er den kommenden Reizen mit erhöhter Motivation und Aufmerksamkeit entgegentreten wird. Das amerikanische Massenkino profitiert enorm von diesen „scheinbar neuen“ Erzählstrukturen. So stellt auch Dreh- und Lehrbuchautor Blake Snyder fest: „Give me the same thing... only different“ then is what storytelling has always been about. But it's the way we put new twists on old tales, bring them up to date and give them a spin that's meaningful for our contemporaries.“<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Vgl. Mikunda, Christian: Kino spüren, 2002. S.16.

<sup>17</sup> frz.: Neue Welle

<sup>18</sup> Vgl. Frisch, Simon: Mythos Nouvelle Vague, 2007, S.22.

<sup>19</sup> Siehe Snyder, Black: Save the Cat!, 2005, S.44.

## II.2. Medienkompetenz

Das Rüstzeug zum Verstehen von Codes wird als Viewing Literacy<sup>20</sup> oder Medienkompetenz bezeichnet. Damit die Botschaft einer Sprache verstanden werden kann, ist Vorwissen zu seiner Decodierung und Abstraktionsvermögen als Folge eines kognitiven Prozesses notwendig.<sup>21</sup> Kommunizierte Informationen können nur durch den Rückgriff auf Sprach- und Medienkompetenzen verstanden werden. Gleichzeitig führt der Umgang mit Medien und ihren Codes zur Kultivierung dieser Kompetenzen. Ohne die Einhaltung von vertrauten Erzählmustern wäre das Erlernen neuer Codes erschwert bis unmöglich. So erklärt sich die Tendenz, Botschaften an die Masse über vertraute Erzählmuster zu präsentieren und geheime Botschaften hingegen durch Abweichungen davon zu verschlüsseln. Würde jeder Filmemacher einen eigenen Canon an Codes entwickeln, wären nicht nur die Zuseher überfordert, sondern auch die Entwicklung der höchst effektiven Codes im amerikanischen Film undenkbar.

Um die Bedeutung des Codes als Teil eines Kommunikationsprozesses besser analysieren zu können, bietet sich die Aufschlüsselung von Reinhold Bergler und Ulrike Six an, die in ihrer Arbeit „Psychologie des Fernsehens. Wirkungsmodelle und Wirkungseffekte unter besonderer Berücksichtigung der Wirkung auf Kinder und Jugendliche. 1979“ folgendes festhalten:

1. Die mitgeteilte Information wird (selektiv) wahrgenommen („attention“).
2. Die wahrgenommene Information muss, um verstanden zu werden, decodiert und interpretiert werden. Dabei spielt der gemeinsame Code des Senders und Empfängers eine wichtige Rolle („comprehension“).
3. Die Information muss für den Rezipienten Bedeutungscharakter haben („identification“).
4. Die Information muss, um eine Wirkung zu haben, behalten werden („retention“).
5. Die Information wird bewertet und somit entweder in ihrem Inhalt abgelehnt oder angenommen („acceptance“).
6. Die Information kann zur Beeinflussung des Rezipienten in seinen Einstellungen, Werten und Verhaltensweisen führen („disposition“ oder „action“).<sup>22</sup>

Es zeigt sich bei genauerer Betrachtung, dass der hier geschilderte Kommunikationsprozess als Basis für eine Reihe von Immersionstypen dient. Dabei handelt es sich um intellektuelle, emotionale und psychologische Immersion. Alle diese Prozesse sind von den Erfahrungen der Rezipienten abhängig. Auf diese Immersionstypen wird später noch genauer eingegangen.<sup>23</sup>

<sup>20</sup> Vgl. Kronsteiner, Nicole: Strategien der Werbung im Fernsehen, 2009, S.25.

<sup>21</sup> Vgl. Solso, Rober L.: Cognitive psychology, 1998, S.329.

<sup>22</sup> Siehe Kronsteiner, Nicole: Strategien der Werbung im Fernsehen, 2009, S.7f.

<sup>23</sup> Vgl. Organigramm der narrativen Immersion auf Seite 17f.

## II.3. Ästhetik

In der Wahrnehmung der Atmosphäre spüre ich, in welcher Art Umgebung ich mich befinde. Diese Wahrnehmung hat also zwei Seiten: auf der einen Seite die Umgebung, die eine Stimmungsqualität ausstrahlt, auf der anderen Seite ich, indem ich in meiner Befindlichkeit an dieser Stimmung teilhabe und darin gewahre, dass ich jetzt hier bin.<sup>24</sup>

Gernot Böhme, deutscher Philosoph, \*1937.

Ästhetik dient zur Beschreibung und Analyse menschlicher Wahrnehmung. Jedes ästhetische Empfinden kann einen Rezipienten zur Immersion führen. Nicht verwechselt werden sollte der Begriff mit ästhetischem Empfinden, als individueller Eindruck von Schönheit und Harmonie in Natur und Kunst. Ein Kameramann kann beim Filmen auf ein nahezu unendliches Repertoire an Möglichkeiten zurückgreifen. Er kann den Aufnahmewinkel bestimmen und Objekte in Aufsicht, Seitenansicht oder Perspektive zeigen. Er kann Dinge in einer Unschärfe verschwinden lassen oder sich auf eine Detailansicht beschränken. Keine dieser Lösungen ist besser oder schlechter als eine andere. Jede hat ihre ganz eigene ästhetische Qualität. Ästhetik geht über bildliche Eindrücke hinaus und bezieht Stimmungen und Atmosphäre mit ein. Der Begriff Ästhetik wird also viel mehr im Sinne von „Aisthetik“ verwendet zur Beschreibung von Wahrnehmung, ohne Beschränkung auf bestimmte Formen oder Funktionen.<sup>25</sup> Martin Seel spricht nur dann von ästhetischem Empfinden, wenn eine Adressierungsabsicht vorhanden ist.<sup>26</sup> Simple Orientierungsreflexe ohne einen damit verbundenen Interpretationswillen beim Rezipienten bieten laut Seel keinen ästhetischen Aspekt. In dieser Arbeit wird ästhetisches Empfinden weiter gefasst. Eine Einschränkung stellt sich insofern als kontraproduktiv heraus, da jeder Orientierungsreflex zu sensorischer Immersion führen kann und daher als ästhetisches Mittel anzusehen ist, selbst wenn nicht klar zwischen bewussten oder unbewussten Stilmitteln getrennt werden kann. Daher werden in dieser Arbeit alle filmischen Sinneswahrnehmungen der Ästhetik zugeordnet. Dies gilt nicht nur für die Diegetischen, sondern auch für die Nicht-Diegetischen.

## II.4. Diegese

Diegese ist ein Begriff der modernen Erzähltheorie, der sogenannten Narratologie. Sie gibt Auskunft über das Verhältnis der Protagonisten, der Handlung und dem Betrachter.

---

<sup>24</sup> Siehe Böhme, Gernot: *Atmosphäre*, 1995, S.96.

<sup>25</sup> Vgl. Seel, Martin: *Ästhetik und Aisthetik*, 1997, S.17.

<sup>26</sup> Vgl. ebd. S.27.

Anfangs steht der Betrachter außerhalb des Geschehens. Mit diegetischen Mitteln soll er möglichst bald in die Handlung einbezogen werden. Dabei wird er empfänglich für Gedanken und Emotionen wie Trauer, Schmerz und Freude der handelnden Personen. Er soll Empathie empfinden und in die Handlung eintauchen. Der Begriff der Diegese hilft bei der Unterscheidung, welche narrativen Elemente zum inneren Kern der Erzählung gehören und welche außerhalb der erzählten Welt stehen.

#### II.4.a. Diegetische und nicht-diegetische Information

Unter diegetischer Information werden alle vermittelten Aspekte eines Films verstanden, die Verbindung zur vermittelten Welt beinhalten. Alle restlichen Bild und Toneindrücke, die vom Rezipienten wahrgenommen werden, jedoch nicht an die Filmwelt adressiert sind, wie Hintergrundmusik, Texteinblendungen, Filmkratzer oder Tonstörungen, werden als nicht-diegetische Information bezeichnet. Nicht-diegetische Filmmusik macht in der Regel den Großteil der musikalischen Untermalung eines Films aus. Nur wenn ein Musikinstrument tatsächlich von einem Protagonisten gespielt wird, spricht man von diegetischer Filmmusik. Nicht-diegetische Information unterscheidet demnach nicht zwischen narrativen Stilmitteln (Filmmusik, Sprecher, Textinserts) und technisch bedingtem Störreiz (Rauschen, Bildausfälle). Diegetische Information hat ein hohes immersives Potential.

#### II.4.b. Nicht-diegetische Störreize

Der Anteil an technisch bedingten nicht-diegetischen Störreizen wird in der Regel von Filmemachern als auch vom Vorführer so gering wie möglich gehalten. Das Überfluten des Zusehers mit störenden Eindrücken kann zur Beeinträchtigung oder Auflösung der Immersion führen. Damit ein Reiz vom Publikum als Störung empfunden wird, muss er entweder den Wahrnehmungsgewohnheiten oder den Rezeptionstraditionen widersprechen. Somit ist Einschätzung, ob etwas als störend empfunden wird, kulturell geprägt.<sup>27</sup> Wie stark sich Wahrnehmungsgewohnheiten ändern können, zeigt sich am Beispiel der Theaterbühnen zur Zeit der Renaissance. Diese konnten nur durch eine beachtliche Zahl an Öllampen und Kerzen ausgeleuchtet werden. Im Gegensatz zu den heute gebräuchlichen Kerzen war es bei Talgkerzen notwendig, die Dochte unablässig zu kürzen, um rußen zu verhindern.<sup>28</sup> Dafür waren eigene „Lichtputzer“ zuständig, die ihre Arbeit je nach Beschaffenheit des Theaters sogar auf der Bühne verrichten mussten. Bei bildlichen Darstellungen ist von diesen Lichtputzern in der Regel nichts zu sehen. Der

<sup>27</sup> Beispielsweise empfindet das indische Publikum eines Bollywoodfilms keine Störung, wenn bei Gesangsnummern laut im Zuschauerraum mitgesungen wird. In amerikanischen und europäischen Kinos ist dies unüblich und wird in aller Regel als störend empfunden.

<sup>28</sup> Vgl. Krzeszowiak, Tadeusz: Schein Werfen, 2008, S.51.

Künstler hat diese Bühnendiener in seiner Darstellung ausgespart. In gleicher Weise werden wohl auch die Theaterbesucher die Lichtputzer als notwendiges, aber nicht weiter störendes Übel aus ihrer Wahrnehmung verbannt haben. Nicht nur, weil sie sich an ihre Anwesenheit gewöhnt hatten, sondern auch, weil sie ihnen keine Wichtigkeit beimaßen. Das Gehirn besitzt also durch Medienkompetenz nicht nur die Möglichkeit, Codes zu erlernen, sondern auch die narrative Wahrnehmung insofern zu schulen, um zwischen wesentlichen und unwesentlichen Reizen unterscheiden zu können.

#### II.4.c. Verhältnis von Immersion und diegetischer Welt

Diegetische Welt ist eine über narrative Mittel kreierte Vorstellung des Rezipienten. Die diegetische Welt ist mehr als nur die Summe aus allen wahrgenommenen Bild- und Toninformationen. Sie besteht vielmehr aus der Summe der zu entschlüsselnden kinematographischen Codes und wird zusätzlich durch individuelle Erfahrungen und Vorstellungen angereichert. Dadurch wird eine Filmkulisse in den Gedanken des Zusehers zu einem vertrauten Ort, eingebettet in eine glaubwürdige Welt mit Menschen, deren Motive nachvollziehbar sind. Je besser ein Zuseher die diegetische Welt versteht,

umso leichter kann er darin narrativ eintauchen. Immersion und die im Geiste generierte diegetische Welt stehen in einem sich gegenseitig beeinflussenden Verhältnis. Durch das Fehlen von Immersion, ausgelöst durch Unklarheiten, Desinteresse oder Ablenkung, kann die narrative Informationsaufnahme beeinträchtigt werden. Somit formt sich die



Abbildung 2: "Establishing Shots" wie hier in „Prince of Persia: Der Sand der Zeit“ (2010) eignen sich nicht nur zu Beginn eines Films. Auch bei jedem Ortswechsel (Szenenwechsel) helfen sie dem Zuseher bei der Orientierung.

diegetische Welt abhängig vom unterschiedlichen Niveau der Immersion. Auf der anderen Seite taucht ein Zuseher nur dann in einen Film ein, wenn er die ihm gebotene diegetische Welt für ansprechend und schlüssig hält. Also bestimmt die Intensität der Immersion die Ausformung der diegetische Welt und umgekehrt. Die Regel, dass Immersion und das Generieren einer diegetischen Welt Hand in Hand abläuft, trifft nicht auf die ersten Minuten des Films zu. Es gibt einen Zeitraum von einigen Sekunden bis einigen Minuten, in der beim Zuseher keine Immersion stattfinden kann, da noch nicht genügend sensorische Informationen über die diegetische Welt vermittelt wurden. In der Regel müssen die klassischen Fragen geklärt werden: Wo und wann spielt die Handlung? Welche Figuren sind von Bedeutung? Was tun diese Figuren? Erst wenn ein grobes

Grundwissen zu diesen Fragen vermittelt wurde, kann ein Zuseher genügend diegetische Welt daraus ableiten, um darin eintauchen zu können. In Blockbusterfilmen wird diese Orientierungszeit so kurz wie möglich gestaltet. Meist sind die ersten Einstellungen<sup>29</sup> so klar strukturiert und mit Dialog unterlegt, dass der Zuseher sofort versteht, wer oder was abgebildet ist und wo die Handlung spielt. Die ersten Einstellungen sollten den Zuseher bereits auf die Handlung und den Handlungsort einstimmen. Sie werden Establishing Shots genannt. Meist handelt es sich um Aufnahmen in einer weiten Totale wie in Abbildung 2. Wenn die Handlung in Paris spielt, könnte bereits ein Detail wie der Eiffelturm ausreichen um eine erste Orientierung zu gewährleisten. Spätestens mit dem Abschluss der Exposition<sup>30</sup> und dem Auftreten des ersten Wendepunkts der Handlung kann der Startschuss zur Immersion folgen.

### **III. IMMERSION UND SEINE VARIANTEN**

#### **III.1. Herkunft des Begriffes**

Immergo (mersi, mersus) bedeutet im Lateinischen eintauchen oder versenken. Es wird auch in der Bedeutung „sich (geistig) irgendwohin begeben“ verwendet. Im Sinne von „verschlingen“ verwendet es Ovid. Das Gegenteil von immergo ist emergo und bedeutet auftauchen, zum Vorschein kommen oder sich herausarbeiten, loskommen.<sup>31</sup>

Der Begriff Immersion findet sich nicht nur im Film und in Virtual Reality (VR), welche in dieser Arbeit thematisiert werden, sondern findet sich auch in der Pädagogik, Physik Spracherziehung, Geologie, Optik, Astronomie, Mathematik, Mikroskopie und im Journalismus.<sup>32</sup>

[Reflexion] entspringt, ohne selbst zu wissen woher, sie gibt sich mir als  
naturegegeben.<sup>33</sup>

Maurice Merleau-Ponty, Philosoph und Phänomenologe \*1908 † 1961

Diese Aussage von Merleau-Ponty in seinem Lehrbuch „Phänomenologie der Wahrnehmung“ gibt die Schwierigkeit wieder, einen Geisteszustand zu beschreiben. In diesem Fall geht es um Reflexion, welche später noch von Bedeutung sein wird. Ähnlich problematisch verhält es sich bei der Definition von Immersion. Sie wird in dieser Arbeit als ein Konstrukt eines Bewusstseinszustands verstanden, der geprägt ist von einer

<sup>29</sup> Einstellung ist die kleinste Erzähleinheit im Film und entspricht einer ununterbrochenen Aufnahme. Eine Szene besteht in der Regel aus mehreren Einstellungen. Die Szenen ergeben wiederum Sequenzen. Alle Sequenzen zusammengenommen ergeben den Film.

<sup>30</sup> Unter Exposition wird im Drama die Einführung des Zusehers in die Handlung verstanden.

<sup>31</sup> Vgl. Stowassers Schul- und Handwörterbuch, 1930, S.823.

<sup>32</sup> Siehe Brockhaus: Zehnter Band: HERR-ISF, 1989, S.402.

<sup>33</sup> Siehe Merleau-Ponty, Maurice: Phänomenologie der Wahrnehmung, 1976, S.65.

Abschwächung des situativen Bewusstseins, bei gleichzeitiger Aktivierung und Fokussierung der Aufmerksamkeit auf die vom Medium ausgehenden Reize. Eintauchen in die Filmwelt wird als narrative Immersion bezeichnet.

Da diese Art der Immersion unterschiedliche Ursachen haben kann, ist es sinnvoll, die Theorie unterschiedlicher Immersionstypen aufzugreifen. Eine Möglichkeit ist, die Immersion in Kategorien einzuteilen. Dies erfolgt anhand der sie verursachenden Reize und ihrer Verarbeitung im kognitiven System des menschlichen Gehirns. So erfolgt eine Unterteilung der narrativen Immersion in emotionale, räumliche, psychologische, intellektuelle und sensorische Immersion.<sup>34</sup> Eher vernachlässigt wurde in der Forschung bisher die Unterscheidung, ob ein Zuseher in eine diegetische<sup>35</sup> Welt eintaucht oder sich in seine eigene Gedankenwelt versenkt, die nur vom Film inspiriert ist. Daher soll zusätzlich differenziert werden, ob das Eintauchen in eine äußere, filmische oder in eine innere, subjektive Gedankenwelt erfolgt. Sind die Gedanken nach innen gerichtet, wird von reflexiver Immersion gesprochen. Die Auflösung von Immersion<sup>36</sup> kann den Übertritt zwischen narrativer und reflexiver Immersion begünstigen.

### III.2. Immersionsstrategie vs. immersivem Stilmittel

Da Immersion unter anderem durch Reizmuster und natürliche menschliche Reflexe ausgelöst werden kann, ist sie in gewisser Weise vorhersehbar und somit planbar. Daher lässt sich auch der Begriff *Immersionsstrategie* anwenden. Es wäre jedoch inkorrekt, alle immersiven Aspekte eines Films als Teil einer Strategie<sup>37</sup> zu sehen. Mancher Filmemacher verfolgt andere Ziele oder sieht Immersion als unerwünscht an. Es gilt daher, zwischen *Immersionsstrategie* und einem *Stilmittel mit immersiver Wirkung* zu unterscheiden. Die *immersiven Stilmittel* sind ästhetische Entscheidungen eines Filmemachers, welche ohne oder sogar entgegen der Intention des Künstlers immersive Qualitäten besitzen. Erst wenn sich eindeutige Anzeichen für ein planvolles Vorgehen finden, soll von Immersionsstrategie gesprochen werden. Sie ist vor allem bei erfahrenen Filmemachern zu beobachten, die sich ihrer ästhetischen Möglichkeiten und den damit verbundenen Auswirkungen auf ihr Publikum bewusst sind. Im Hollywoodkino lässt sich ganz deutlich die Tendenz zu immersiven Stilmitteln erkennen. Die Gründe dafür sind wohl auf den Wunsch der Branche zurückzuführen, dem Ruf als „Traumfabrik“ gerecht zu werden und „perfekte Illusion“ zu vermitteln. Die dort betriebene Filmsprache, auch

<sup>34</sup> Mehr zur Unterteilung der narrativen Immersion findet sich im Kapitel III.7) Sechs Arten der narrativen Immersion S.17.

<sup>35</sup> Die Definition des Begriffes Diegetisch findet sich im Kapitel II.4) Diegese auf S.8.

<sup>36</sup> Mehr zu Emersion findet sich im Kapitel III.10) Emersion – die Umkehrung von Immersion auf Seite 24.

<sup>37</sup> Der Begriff *Strategie* bezieht sich in aller Regel auf ein *planvolles Vorgehen*, welches somit unbewusste Entscheidungen ausschließt.



kinematographischer Code genannt, ist auf Vermittlung und Erhaltung dieser „Illusion“ spezialisiert. Gleichzeitig werden alle irritierenden und störenden Einflüsse so effektiv wie möglich ausgeschaltet.

### III.3. Immersionsbegriff in der Forschung

Der Ungar Béla Balázs sprach als einer der ersten Filmwissenschaftler von Immersion, die er mit einem „Sturz“ in die Handlung vergleicht. Er sah im Film einen ästhetischen und narrativen Fortschritt. So schreibt er sichtlich beeindruckt in seiner Schrift *Zur Kunstphilosophie des Films* (1938):

Der Film hat dieses Prinzip der alten räumlichen Künste – die Distanz und die abgesonderte Geschlossenheit des Kunstwerkes – zerstört. Die bewegliche Kamera nimmt mein Auge, und damit mein Bewußtsein, mit: mitten in das Bild, mitten in den Spielraum der Handlung hinein. Ich sehe nichts von außen. Ich sehe alles so, wie die handelnden Personen es sehen müssen. Ich bin umzingelt von den Gestalten des Films und dadurch verwickelt in seine Handlung. Ich gehe mit, ich fahre mit, ich stürze mit – obwohl ich körperlich auf demselben Platz sitzen bleibe.<sup>38</sup>

Oliver Grau definiert Immersion als Verlust von kritischer Distanzhaltung dem Medium gegenüber.

Immersion can be an intellectually stimulating process; however, in the present as in the past, in most cases immersion is mentally absorbing and a process, a change, a passage from one mental state to another. It is characterized by diminishing critical distance to what is shown and increasing emotional involvement in what is happening.<sup>39</sup>

In der Neurowissenschaft wird Immersion auf ähnliche Weise als ein „*Eintauchen in eine virtuelle Realität, ohne diese von der tatsächlich vorhandenen Wirklichkeit unterscheiden zu können*.“<sup>40</sup> beschrieben. Laura Bieger<sup>41</sup> unterstreicht ähnlich wie Béla Balázs den prägenden Aspekt von Immersion als Auflösung von Distanz. Sie bezieht zwar Empathie

<sup>38</sup> Siehe Balázs, Béla: *Zur Kunstphilosophie des Films* (1938), 1995, S.215.

<sup>39</sup> Siehe Grau, Oliver: *Virtual Art*, 2003, S.13.

<sup>40</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Neurowissenschaftliche Gesellschaft e.V., Berlin (Hrsg.) [Autor unbekannt], NWG Glossar, In: Neurowissenschaftliche Gesellschaft, [Ort unbekannt], [Datum unbekannt]. Quelle: <http://nwg.glia.mdc-berlin.de/de/courses/education/glossar.html> (03. März 2011).

<sup>41</sup> Laura Bieger ist Juniorprofessorin in der Abteilung Kultur am John F. Kennedy-Institut der Freien Universität Berlin. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Visualität, Textlichkeit, Räumlichkeit, Theorien ästhetischer Erfahrung sowie Stadt- und Naturlandschaft in der amerikanischen Kultur.

mit ein, sieht diese jedoch durch ihre Forschungsperspektive von Architektur und Räumlichkeit auf das körperliche Erlebnis beschränkt.

Die Ästhetik der Immersion ist eine Ästhetik des Eintauchens, ein kalkuliertes Spiel mit der Auflösung von Distanz. Sie ist eine Ästhetik des emphatischen körperlichen Erlebens und keine der kühlen Interpretation. Und: Sie ist eine Ästhetik des Raumes, da sich das Eintaucherleben in einer Verwischung der Grenze zwischen Bildraum und Realraum vollzieht.<sup>42</sup>

### III.4. VR - Eintauchen in eine 360Grad-Welt

Einen größeren Bekanntheitsgrad erhielt der Immersionsbegriff durch seine Präsenz in Computeranwendungen und Videospiele. Am häufigsten findet sich das Konzept in Diskussionen zur *Virtual Reality* (VR) wieder. Deren Vertreter tendieren durch die Interaktionsmöglichkeit des Mediums zur Meinung, die dabei auftretende Immersion sei intensiver.

Immersion meint das Eintauchen des Betrachters in eine künstliche Welt. Im Unterschied zur filmischen [Immersion] erreicht die Immersion in der Virtuellen Realität durch Interaktion mit der virtuellen Umgebung eine wesentlich höhere Intensität.<sup>43</sup>

Beim Konsum von Virtual Reality nimmt der Rezipient aktiv teil. Es ist aber falsch, den Rezipienten bei der Wahrnehmung von Film als „passiv“ zu bezeichnen. Abgesehen von physiologischen Reaktionen wie Adrenalinausschüttung oder Pulsfrequenzveränderung auf körperlicher Ebene können beim Filmkonsum durchaus auch kognitive Prozesse stattfinden, wie sie in realen oder eben virtuellen Situationen auftreten. Es gibt Momente, in denen der Betrachter derart in die Handlung eingetaucht ist, dass er in das Geschehen eingreifen würde, wenn er könnte. Vor allem bei Kindern ist dies öfters zu beobachten. Der Filmcode verfügt über eine Reihe von narrativen Techniken, die den Rezipienten in diesen Zustand bringen können. Man spricht im Filmbereich auch von „Aktivierenden Impulsen“. Eine mögliche Variante für die Erreichung dieses Ziels findet sich im Kapitel IV.11) Lasse ich mich eintauchen oder tauche ich selbst ein? auf Seite 51.

Oliver Grau, der sich sowohl mit filmischer Immersion als auch mit Virtual Reality beschäftigt, sieht keine Notwendigkeit, den ästhetischen Wahrnehmungsprozess, und somit auch die Qualität der Immersion, auf die technischen Möglichkeiten von VR beschränkt zu sehen.<sup>44</sup> Er

<sup>42</sup> Siehe Bieger, Laura: Ästhetik der Immersion, 2007, S.9.

<sup>43</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Bitmanagement Software GmbH Berg [Autor unbekannt]: 3D Glossar Bitmanagement, In: Bitmanagement, Germany, [Datum unbekannt] Quelle: <http://www.bitmanagement.com/de/company/3d-glossary> (03.März.2011).

<sup>44</sup> Vgl. Grau, Oliver: Telepräsenz. 2001. S.43.

erweitert den Begriff virtueller Realität somit über den vergleichsweise jungen Bereich von computergenerierten Illusionsräumen hinaus. So schließt er alle konkreten Realisationsversuche der Kunstgeschichte gleichberechtigt mit ein, sofern sie versucht haben, einen zeit- und ortseinheitlichen Illusionsraum zu schaffen. Er spricht den 60 Jahre nach Christus entstandenen perspektivischen Fresken der pompejanischen Villa Casa dei Misteri eine ebenso immersive Qualität zu, wie der von Baldassare Peruzzis geschaffene Sala delle Prospettive (1516) der Villa Farnesina in Rom.<sup>45</sup> Allen diesen künstlerischen Bemühungen gemeinsam sei es „[...] dem Publikum ihren nicht existenten Inhalt glaubhaft zu machen, so ist es eigentlicher Kern des virtuellen, eine alternative Realitätsdimension zu schaffen, ein *concret de pensée*‘, keine falschen realen Objekte, sondern wahre virtuelle Objekte“<sup>46</sup>.

### III.5. Telepräsenz und Teleimmersion

Eine der bemerkenswertesten Entwicklungen zeichnet sich in dem Forschungszweig der *Telepräsenz* ab. Telepräsenz tritt dann ein, wenn einem Anwender auf Basis von VR-Technik glaubhaft und realitätsnah vermittelt wird, an einem ihm entfernten Ort zu agieren. Möglich macht dies ein mit Sensoren ausgestatteter Roboter, der *Teleoperator* oder *Avatar*<sup>47</sup> genannt wird. Dieser führt die Bewegungen des Anwenders stellvertretend durch. Im Gegensatz zur Telerobotik, die in erster Linie an praktischen Lösungen für die Fernsteuerung von Robotern interessiert ist, liegt das Ziel der Telepräsenz in der glaubwürdigen Vermittlung eines anderen real existierenden Ortes, wobei zusätzlich der Avatar mit der Welt interagieren soll. Da das sinnliche Erlebnis im Vordergrund steht, wird neben dem Begriff Telepräsenz auch von *Teleimmersion* gesprochen.<sup>48</sup> Obwohl die aktuellen technischen Möglichkeiten kaum den eigenen Ansprüchen gerecht werden, zeigten bereits frühe Präsentationen von Telepräsenz in den Neunzigerjahren, dass eine der zukünftigen Anwendung im Bereich der Unterhaltungsindustrie liegen könnte. So zum Beispiel das Projekt „The Trace“ auch „Traces“ genannt, welches bei der *ars electronica* 1999 prämiert wurde. Bemerkenswert war das Statement der Jury. Diese lobten an dieser Arbeit, dass sie im Gegensatz zu anderen Telepräsenz Projekten, erfolgreich versuchte eine entfernte Präsenz *spürbar* zu machen.<sup>49</sup>

---

<sup>45</sup> Vgl. ebd. S.44.

<sup>46</sup> Siehe ebd. S.45.

<sup>47</sup> Durch den Film „Avatar – Aufbruch nach Pandora“ aus dem Jahre 2009 fand die Thematik von Teleoperatoren einen hohen Bekanntheitsgrad.

<sup>48</sup> Am Karlsruher Institut für Technologie der Universität Karlsruhe werden im Forschungsbereich Intelligente Sensor-Aktor-Systeme Telepräsenzstudien betrieben.

Vgl. Internetveröffentlichung: Karlsruher Institut für Technologie Fakultät für Informatik - Institut für Anthropomatik (Hrsg.) [Autor unbekannt]: Multimodale Weiräumige Telepräsenz, In: Karlsruher Institut für Technologie, Karlsruhe, [Datum unbekannt] Quelle: [http://isas.uka.de/de/Forschung#Multimodale\\_Weitr.C3.A4umige\\_Telepr.C3.A4senz](http://isas.uka.de/de/Forschung#Multimodale_Weitr.C3.A4umige_Telepr.C3.A4senz) (03.03.2011).

### III.6. Immersion durch Interaktion

Videospielhersteller nutzen ihre technisch bedingte Nähe zum Film immer häufiger, um Spiele mit Filmcharakter zu entwickeln. Vertreter der Branche zeigen deutliches Interesse an der Auseinandersetzung mit dem Thema Immersion. Dem Aspekt der Interaktion zwischen Spieler und Spielwelt wird dabei die größte Bedeutung beigemessen. Computerspiel designer und Autor Ernest Adams unterteilt den Immersionsbegriff in drei Grundformen und spricht, zum Teil in Anspielung auf das Spielgenre, von taktischer, strategischer und narrativer Immersion.<sup>50</sup>

- **Taktische Immersion** ist laut Adams ein Zustand, der geringe kognitive Prozesse erfordert. Ein Spiel dieser Art sei intuitiv zu bedienen und in seinem Aufbau möglichst unterbrechungsfrei konzipiert. Es entsteht ein kontinuierlicher Spielfluss, welcher bemerkenswerte Gemeinsamkeiten mit Fließbandarbeit hat. Adams bezeichnet dies in Anspielung auf den Computerspielklassiker als „Tetris Trance“.
- **Strategische Immersion** tritt auf, wenn ein Spieler mit Optimierungsprozessen wie bei der Wirtschaftssimulation im Spiel „Sim City“ beschäftigt ist. Zur strategischen Immersion gehören auch anspruchsvolle Situationsbeurteilungen und die hohe geistige Konzentration beim Schachspiel.
- **Narrative Immersion** ist vergleichbar mit der narrativen Immersion im Film, die im nächsten Kapitel thematisiert wird. Sie hängt im hohen Maße von der erzählten Geschichte ab. Im Vordergrund steht weniger die Spielmechanik sondern das Interesse des Spielers für das Geschick der Spielfiguren und der Handlung.

Es zeigt sich, dass Spiel- und Filmtheoretiker gleichermaßen dazu tendieren, beim Eintauchen in eine erzählte Handlung von narrativer Immersion zu sprechen. Taktische und Strategische Immersion lassen sich, da sie die kognitive Aufmerksamkeit eines Zusehers beanspruchen, dem filmischen Immersionstypus von intellektueller Immersion zuordnen.<sup>51</sup> Selbst zu spielen kann genauso immersiv empfunden werden, wie das

<sup>49</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: Ars Electronica Linz GmbH [Autor unbekannt]: Statement der Jury für Interaktive Kunst, In: Ars Electronica 1995, Linz, 1995. Quelle: [http://www.aec.at/archiv\\_project\\_de.php?id=2552](http://www.aec.at/archiv_project_de.php?id=2552) (03.März.2011).

<sup>50</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: Adams, Ernest: Gamasutra July 9, 2004, Hrsg. In: The Designer's Notebook: the professional website of Ernest Adams, [Ort unbekannt], 09.07.2004. Quelle: [http://designersnotebook.com/Columns/063\\_Postmodernism/063\\_postmodernism.htm](http://designersnotebook.com/Columns/063_Postmodernism/063_postmodernism.htm) (03. März 2011).

<sup>51</sup> Mehr dazu im nächsten Kapitel III.7) Sechs Arten der narrativen Immersion .

Beobachten von Spielern und des Spielverlaufs. Nicht umsonst existiert die Redewendung „In Gedanken mitzuspielen“!

### III.7. Sechs Arten der narrativen Immersion

Basierend auf den Aufschlüsselungen von Johannes Scherzer in „*Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die immersive Ästhetik*“ wird von mehreren Immersionstypen ausgegangen.<sup>52</sup> Im folgenden Organigramm zeigt Scherzer das Verhältnis der Immersionsarten zueinander:

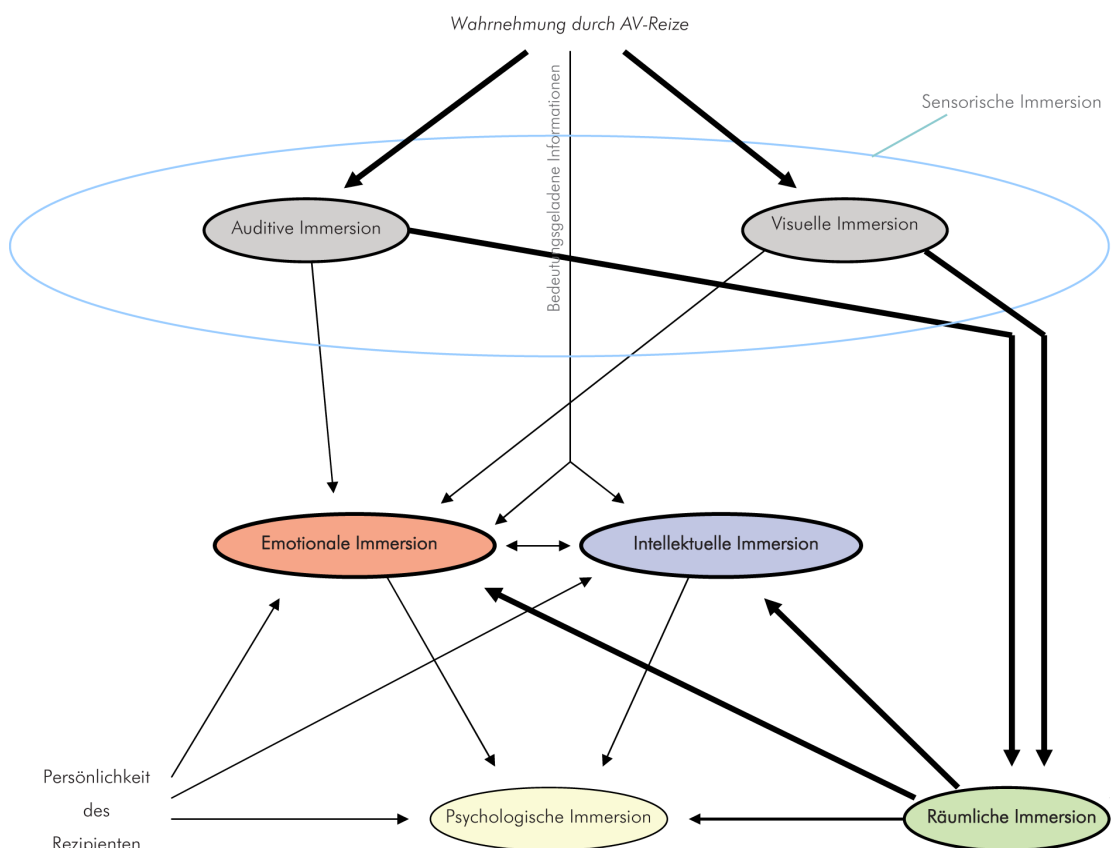


Abbildung 3: Organigramm der Narrativen Immersion nach Scherzer

Als Überbegriff für kinematographische Immersion übernimmt Scherzer den Begriff der *narrativen Immersion* und unterteilt diesen in fünf Kategorien namens sensorischer Immersion (bestehend aus auditiver und visueller Immersion), räumlicher Immersion, intellektueller Immersion, psychologischer Immersion und Emotionaler Immersion

<sup>52</sup> Vgl. Scherzer, Johannes: *Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die immersive Ästhetik*, 2010, S.27ff.

### III.7.a. Narrative Immersion

Ist der Überbegriff zu allen Immersionsarten, die durch Filmkonsum ausgelöst werden. Dabei verschwimmen die Grenzen zwischen dem rezipierenden Objekt und dem rezipierten Subjekt.<sup>53</sup> Die Intensität des ausgelösten Prozesses ist abhängig von Faktoren wie Lebenserfahrung, Geschmack, Motivation, Aufmerksamkeit, Tagesverfassung, Vorwissen und anderen Merkmalen, die vom Rezipienten ausgehen. Vom Medium abhängige Parameter sind beispielsweise Wiedergabequalität und Raumbeschaffenheit. Auch die Medienkompetenz und das wiederholte Betrachten eines Medieninhaltes beeinflusst die Sichtweise und Einstellung des Betrachters.<sup>54</sup> Narrative Immersionsarten können wie folgt eingeteilt werden:

### III.7.b. Sensorische Immersion

Sensorische Immersion entsteht durch optische und akustische Sinneswahrnehmungen. Je näher ein technisch reproduzierter Reiz einer realen Sinneserfahrung kommt, umso stärker wird die Immersion ausfallen. Dies gilt auch für Reize, die den menschlichen Orientierungsreflex<sup>55</sup> ansprechen.

Sensorische Reize müssen keinen narrativen Informationsgehalt besitzen, da bereits die Anwesenheit des Reizes zur sensorischen Befriedigung ausreicht.<sup>56</sup> So findet ein Betrachter an bunten Bildmustern gefallen, schätzt den 3D Effekt oder genießt das akustische Lokalisieren von Geräuschquellen. Sensorische Immersion setzt unmittelbar ein und kann ebenso schnell wieder verschwinden. Um längerfristig bestehen zu können, ist sie vom steten Reizfluss abhängig. Deshalb erzeugen Filme, die ununterbrochen die Aufmerksamkeit des Rezipienten beanspruchen, längerfristige sensorische Immersion. Eine Möglichkeit ist dabei eine Bildgestaltung, die primär aus Kamerafahrten und Schwenks besteht<sup>57</sup> und somit ständig für neue Eindrücke sorgt. Sensorische Immersion ist am stärksten ausgeprägt, wenn es zu einer mittelstarken Sinnesaktivierung kommt. Ton und Bildinhalte sollten daher in ihrer Quantität und Reizstärke weder über- noch unterfordern. Wird dieses Mittelmaß eingehalten, erreicht ein Filmemacher laut dem Yerkes-Dodson-Gesetz<sup>58</sup> das „Optimale Aktivierungsniveau“.<sup>59</sup> Die aktive Wahrnehmung von sensorischen Reizen ist die Grundlage für räumliche Immersion. Von Bedeutung sind neben Bildausschnitt, Bewegung oder Beschaffenheit von Licht und Schatten auch

<sup>53</sup> Vgl. Scherzer, Johannes: Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die immersive Ästhetik, 2010, S.29.

<sup>54</sup> Vgl. ebd. S.29.

<sup>55</sup> Mehr zum Orientierungsreflex auf Seite 39.

<sup>56</sup> Vgl. ebd. S.29.

<sup>57</sup> Diese spezielle Bildführung ist im Filmjargon auch als „entfesselte Kamera“ bekannt.

<sup>58</sup> Vgl. Maderthaner, Rainer: Psychologie, 2008 S.173f.

<sup>59</sup> Vgl. ebd. S.174.

akustische Informationen wie Geräusche und deren raumakustische Ursprünge in Form von Raumhall. Deshalb kann die sensorische Immersion je nach beteiligtem Sinneseindruck eingeteilt werden in:

- **Auditive Immersion:** „Sie beschreibt die durch die subjektive Wahrnehmung der physikalischen Klänge und Klangstrukturen verminderte Distanz zum dargebotenen medialen Inhalt.“<sup>60</sup> Auditive Immersion wird dadurch realisiert, „dass dem Rezipienten akustische Tonsignale zur Verfügung gestellt werden, mit welchen er in der Lage ist, einen im physikalischen Sinne realen Raum, im tongestalterischen Sinne kontrollierbaren Raum und im narrativen Sinne fiktionalen Raum, wahrzunehmen.“<sup>61</sup>
- **Visuelle Immersion:** Sie beschreibt die durch die subjektive Wahrnehmung der visuellen Reize geminderte Distanz zu den dargebotenen Bildelementen sowie zu deren Kompositionen von Bildern und Bildfolgen.<sup>62</sup>

### III.7.c. Intellektuelle Immersion

Intellektuelle Immersion wird definiert durch den Grad der intellektuellen Beanspruchung des Rezipienten. Umso höher der Grad der aktiven Teilnahme des Rezipienten ist, umso stärker ist der Effekt der Eintauchung.<sup>63</sup> Sie wird erzielt über semantisch aufgeladene auditive oder visuelle Informationen. Dazu gehören Sprache, Geräusche, Musik, Bildmotive, Muster mit offensichtlicher Bedeutung und als kinematographischen Code, der erst entschlüsselt werden muss. Weiter gehören dazu „Informationen über die räumliche Lage von Klangobjekten und damit deren (nicht nur geometrischen!) Beziehungen zueinander.“<sup>64</sup>

### III.7.d. Emotionale Immersion

„Die emotionale Immersion ist der Grad der emotionalen Inanspruchnahme des Rezipienten. Sie entsteht durch Gefühle, die von auditiver oder visueller Immersion, aber auch von mit Bedeutung aufgeladenen Informationen wie Sprache oder individuellen Assoziationsketten wie dem kinematographischen Code ausgelöst werden können. Starke emotionale Immersion kann die intellektuelle Immersion eher verdrängen, als dies in umgekehrter Richtung möglich ist.“<sup>65</sup> Empathie ist eine wichtige Grundlage der emotionalen Immersion und wird auf Seite 47 näher besprochen.

<sup>60</sup> Siehe Scherzer, Johannes: Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die immersive Ästhetik, 2010, S.29.

<sup>61</sup> Siehe ebd. S.29.

<sup>62</sup> Vgl. ebd. S.29.

<sup>63</sup> Vgl. ebd. S.30.

<sup>64</sup> Siehe. ebd. S.30.

<sup>65</sup> Vgl. Scherzer, Johannes: Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die immersive Ästhetik, 2010, S.30.

### III.7.e. Räumliche Immersion

„Die räumliche Immersion ist ein Parameter für die Akzeptanz der durch auditive und visuelle Immersion erzeugten fiktionalen Räumlichkeit. Die fiktionale Räumlichkeit kann dabei durchaus surreale Qualitäten aufweisen, weshalb räumliche Immersion auch nicht die Perfektion einer simulierten Realität beschreibt. Der Rezipient empfindet im Idealfall den Raum der virtuellen Welt als nicht widersprüchlich zu seiner realen Rezeptionsumgebung und -position.“<sup>66</sup> Räumliche Immersion gehört wie die sensorische Immersion zu den objektiven Immersionsarten, da sie nicht von der Persönlichkeit des Rezipienten beeinflusst werden. Vielmehr kommt es im Geiste des Betrachters zur Erstellung einer „Kognitiven Landkarte“<sup>67</sup>. So kombiniert ein Betrachter seine einzelnen Bildeindrücke im Gedächtnis zu einem Modell räumlicher Beziehungen.<sup>68</sup> Durch einen Establishing Shot<sup>69</sup> kann oft keine ausreichende räumliche Vorstellung zur Immersion kreiert werden, denn der Shot definiert nur den Schauplatz, nicht aber den Raum selbst. Eine Aufnahme von der Sphinx verdeutlicht nur dann eine räumliche Vorstellung, wenn sich die dargestellten Figuren in einem klar erkennbarem proportionalen Verhältnis dazu befinden. Für die räumliche Immersion ist es hilfreich, aber nicht zwingend notwendig, zu wissen, wo sich z. B. die Hagia Sophia oder die Petronas Twin Tower befinden. Die Vorstellung von Raum wird über sensorischen Reize des Filmes vermittelt und dem proportionalen Verhältnis aller wahrgenommenen Dinge.

Obwohl die Persönlichkeit des Rezipienten kaum Einfluss auf die räumliche Immersion hat, basieren andere Immersionsarten darauf. Beispielsweise kann die Positionierung einer Figur Rückschlüsse auf deren Charakter zulassen, was in weiterer Folge die Empathie zu ihr beeinflusst. In einem anderen Fall kann die räumliche Relation von Figuren zueinander ein funktionales oder soziales Verhältnis verdeutlichen.<sup>70</sup> Dabei sind die dargestellten räumlichen Beziehungen Teil eines kinematographischen Codes. „Da Räume auch Emotionen transportieren bzw. hervorrufen, wird die emotionale Immersion durch die räumliche Immersion gesteuert. Räumliche Immersion in auditiven Medien wird erst möglich, wenn ein hinreichender Grad an auditiver Immersion erreicht wird.“<sup>71</sup>

---

<sup>66</sup> Siehe ebd. S.30

<sup>67</sup> Vgl. Maderthaner, Rainer: Psychologie, 2008 S.258f.

<sup>68</sup> Eine Kognitive Landkarte könnte diese Informationen enthalten. Ein Buch liegt auf dem Tisch. Der Tisch steht neben einem Kasten. Vor dem Kasten steht der Protagonist.

<sup>69</sup> Vergleiche Abbildung 2 auf Seite 10.

<sup>70</sup> Vgl. Scherzer, Johannes: Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die immersive Ästhetik, 2010, S.30.

<sup>71</sup> Siehe Scherzer, Johannes: Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die immersive Ästhetik, 2010, S.30.



### III.7.f. Psychologische Immersion

„Die psychologische Immersion ist direkt abhängig von der intellektuellen, der räumlichen und der emotionalen Immersion. Für den Rezipienten verwischt die Grenze zwischen realer Welt und Fiktion. Möglich wird dies z.B., wenn der Präsentationsort bzw. die Rezeptionssituation in die Handlung mit einbezogen wird.“<sup>72</sup> Sogenannte 3D, 4D und 5D Kinos versuchen wiederum das Erlebnis des Zusehers durch die Nutzbarmachung von Sinneswahrnehmungen wie Tiefenwirkung und sensorischer Reize wie Tasten und Riechen zu verstärken. Theater kann zu stärkerer psychologischer Immersion führen, als es im herkömmlichen Kino der Fall ist, denn Schauspieler können direkt mit dem Publikum oder ihrer Umgebung interagieren. Telepräsenzsysteme lösen ebenfalls starke psychologische Immersionen aus, da sie den Betrachter in die Position des ausführenden Akteurs bringen.

### III.7.g. Bedeutung der narrativen Immersion in Spielfilmen

Keine der hier vorgestellten Arten von narrativer Immersion ist prinzipiell besser oder schlechter geeignet, um Immersion auszulösen. Vielmehr bestimmt die Persönlichkeit des Rezipienten selbst, welcher Typus bevorzugt wird. Genres in denen intellektuelle Immersion vorherrscht, sind beispielsweise Thriller und Krimi. Die sensorische Immersion tritt eher in Action- und Abenteuerfilmen auf, da diese reich an Bewegung, Licht- und Geräuscheffekten sind. Emotionale Immersion ist vor allem in Genres mit sozialer Thematik wie Melodramen, Komödien und Tragödien vorherrschend. Die Übergänge zwischen den einzelnen Immersionsarten sind oft fließend. Oft versuchen Produzenten und Regisseure bei der Adaptierung eines Filmstoffes den Zusehern „von allem ein bisschen“ zu bieten, in der Hoffnung, jedem zu gefallen und um möglichst vielschichtige Immersion zu ermöglichen. Wie aus dem Organigramm ersichtlich ist stehen die einzelnen Immersionsarten in einem Verhältnis zueinander bzw. bauen aufeinander auf. So kann ohne sensorische Immersion keine räumliche Immersion gebildet werden und ohne intellektueller, emotionaler oder räumlicher Immersion keine psychologische Immersion entstehen (Vgl. Abbildung 3 auf Seite 17).

## **III.8. Reflexive Immersion – Eintauchen in die eigene Gedankenwelt**

In dieser Arbeit wird von der Theorie ausgegangen, dass Immersion bei einem Rezipienten zu zwei unterschiedlichen Bewusstseinszuständen führen kann. Der eine ist ein Eintauchen in die erzählte filmische Welt und ist bereits als narrative Immersion

---

<sup>72</sup> Siehe ebd.. S.30

bekannt. Der andere ist ein durch kinematographische Eindrücke ausgelöster Assoziationsprozess, der zu einem Eintauchen in eine vom Film unabhängige subjektive Gedankenwelt führt. Immersion führt somit entweder zu einem Eintauchen in das Medium oder zu einem Eintauchen ins eigene Ich. In diesem Fall soll in Anlehnung an den Prozess der geistigen Reflexion von reflexiver Immersion gesprochen werden. Jeder Sinneseindruck birgt in sich das Potential diesen Immersionsprozess auszulösen. Gemeinsam sind beiden Prozessen die Abschwächung der Eigenwahrnehmung und der filmische Reiz als Auslöser.

Es ergeben sich somit drei Möglichkeiten beim Rezipieren eines Kinofilms:

**1. Keine Immersion.** Der Zuseher ignoriert den Film und richtet seine Aufmerksamkeit auf seine unmittelbare körperliche und geistige Empfindung.

**2. Narrative Immersion.** Die Aufmerksamkeit des Zusehers ist gänzlich auf die Wahrnehmung des Films und seiner Handlung gerichtet. Körperliches und geistiges Empfinden wird durch Konzentration auf die Filmreize oder Filmhandlung verdrängt.

**3. Reflexive Immersion.** Durch die Filmreize werden im Zuseher Erinnerungen wachgerufen oder Assoziationen ausgelöst die nicht an den Film adressiert sind.

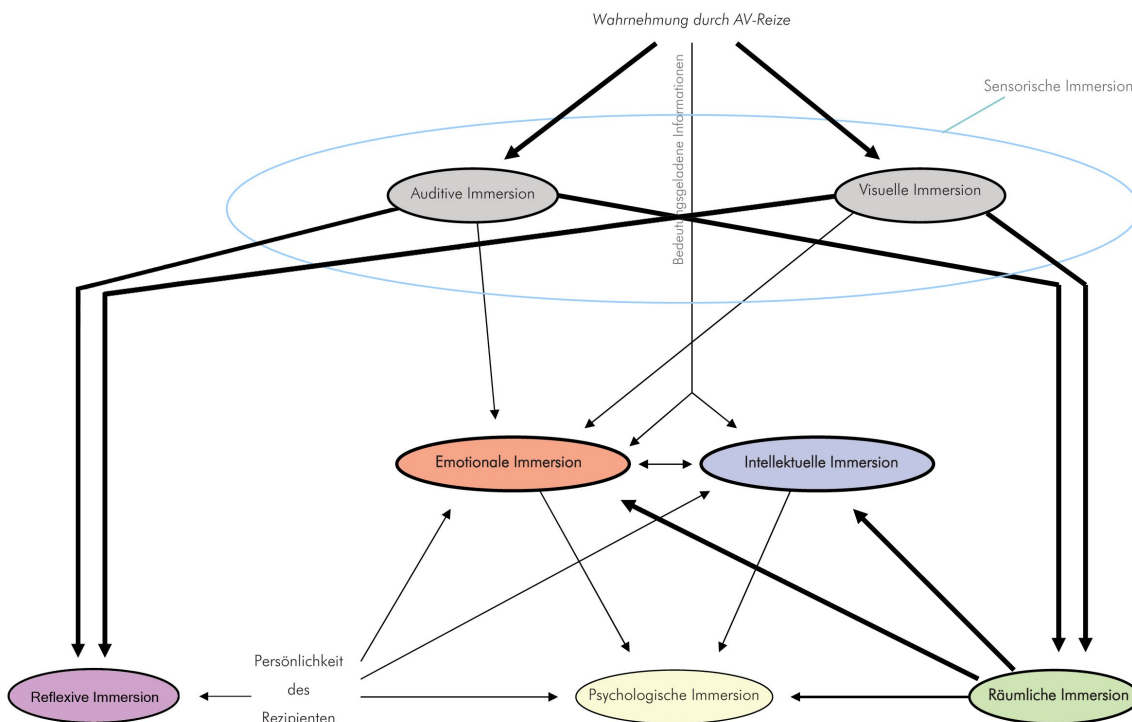


Abbildung 4: Organigramm der Narrativen Immersion nach Scherzer erweitert mit dem Aspekt der "Reflexiven Immersion"

Im Model Scherzers wird Assoziation und somit reflexive Immersion als ein Aspekt der emotionalen Immersion beschrieben. Jedoch bietet sich eine differenziertere Betrachtungsweise an, da Assoziationen nicht in einem direkten Verhältnis zur erzählten Welt stehen müssen. Daher wird reflexive Immersion unabhängig von emotionaler und damit auch narrativer Immersion betrachtet. Das Model Scherzers soll somit durch den zusätzlichen Aspekt der reflexiven Immersion erweitert werden.

### III.9. Rashomoneffekt

Für eine dokumentarisch korrekte Speicherung aller Sinneswahrnehmungen ist das Gehirn nicht geeignet. Bereits bei der Wahrnehmung beeinträchtigen Sinnestäuschungen die Qualität der gespeicherten Informationen. Bei dem Abruf von Erinnerung (recall) treten weitere Fehler hinzu. Trotzdem ist der Einzelne subjektiv von der Richtigkeit seines Wissens überzeugt. Dies wird als „kognitive Verzerrung“ oder „Rashomon Effekt“



Abbildung 5: „Rashomon“ von Akira Kurosawa inszeniert das Phänomen der Kognitiven Verzerrung derart prägnant, dass man nunmehr auch vom Rashomon- Effekt spricht.

bezeichnet, in Anspielung auf den japanischen Spielfilm „*Rashomon – Das Lustwäldchen*“ aus dem Jahre 1950 vom Regisseur Akira Kurosawa, der genau diese Problematik am Beispiel von Zeugenaussagen vor Gericht thematisiert. Drei Zeugen und auch der Ermordete selbst (mit Hilfe eines Mediums) schildern vor Gericht ihre Sicht des Verbrechens. Jede der vier Versionen scheint in sich stimmig und logisch. Trotzdem widersprechen sich alle vier Darstellungen in

wesentlichen Punkten. Es kann sein, dass die Beteiligten lügen. Viel wahrscheinlicher ist aber, dass sie ihre persönliche Wahrheit vertreten. Diese entsteht, wenn das menschliche Erinnerungsvermögen unbequeme Eindrücke aus Eigeninteresse ausscheidet oder falsch deutet. In Spielfilmen kann es passieren, dass Zuseher zu Erkenntnissen gelangen, die auf Prägungen des Films selbst basieren. Dies ist der Fall, wenn Filmemacher durch Suggestion oder Konditionierung den Betrachter emotional beeinflussen. Deshalb kann man beim Model der reflexiven Immersion zusätzlich zwischen unbeeinflusster und beeinflusster reflexiver Immersion unterscheiden. Im ersten Fall verändert der Zuseher

vorhandene Informationen entsprechend seiner Gemütsverfassung. Im zweiten Fall prägt das Filmgeschehen seine Wahrnehmung.

#### Unbeeinflusste Reflexive Immersion

Ein kinematographischer Reiz führt den Zuseher über Reflexion zu einer ganz persönlichen Assoziation, die auf seinem eigenen Erfahrungsschatz beruht.<sup>73</sup> Dies entspricht der bereits beschriebenen reflexiven Immersion aus Kapitel III.8) Reflexive Immersion – Eintauchen in die eigene Gedankenwelt auf Seite 21.

#### Beeinflusste reflexive Immersion

Ein kinematographischer Reiz kann aber auch eine fremdbestimmte Assoziation auslösen. Sie ist ein Teil der emotionalen oder intellektuellen Immersion. Bemerkenswerterweise erscheint sie demjenigen, der darüber reflektiert, als selbstbestimmter Gedanke, da der Zustand eine ähnliche Beschaffenheit hat, wie die echte unbeeinflusste reflexive Immersion. Der Zuseher kommt zu Schlussfolgerungen, die vom Filmemacher vorgegeben wurden.<sup>74</sup> Ein mögliches Stilmittel dazu ist das Foreshadowing (Seite 55). Dieser Code muss jedoch mit der Technik der Suggestion (Seite 35) oder einer Konditionierung (Seite 39) verbunden sein, um die oben beschriebene Wirkung zu entfalten.

### **III.10. Emersion – die Umkehrung von Immersion**

Emersion stammt vom lateinischen emersus ab und steht für „Auftauchen“ oder „Wiederauftauchen“.<sup>75</sup> Verglichen mit Immersion ist der Begriff in der Erzähltheorie weniger verbreitet.<sup>76</sup> Emersion ist Rückkehr aus dem Zustand der Immersion zu einem höheren situativen Bewusstsein und somit die Umkehrung des Immersionsprozesses. Die vollständige Auflösung des immersiven Zustands muss dabei nicht zwingend auftreten. Störende Bild- und Tonfehler können genau so zur Emersion führen wie eine Abweichung von den Erwartungen und Rezeptionsgewohnheiten des Publikums. Ein Filmemacher kann sein Publikum gezielt zur Emersion führen, indem er z. B. Schauspieler entgegen

---

<sup>73</sup> Es können Gedanken auftreten wie „Ich wünschte, ich könnte so etwas. Ich würde das ganz anders machen.“ oder „Etwas in der Art habe ich vor Jahren selbst einmal erlebt.“

<sup>74</sup> Es sind Schlussfolgerungen, die dem Zuseher mittels Bild oder Ton eingegeben wurden. Zum Beispiel könnten in einem Film über Großstadtprobleme mehrmals randalierende Jugendliche gezeigt werden. Wenn diese Bilder nicht im Kontext mit der Handlung stehen, wird den Szenen vom Zuseher wenig oder keine Bedeutung beigemessen. Später könnte eine Filmfigur feststellen, dass die heutige Jugend „besser“ sei als früher. Der Zuseher wird sich jedoch durch die zuvor eingesetzten suggestiven Bilder eine differenzierte Meinung bilden.

<sup>75</sup> Vgl. Brockhaus: Sechster Band: DS-EW. 1989. S.620.

<sup>76</sup> In der Astronomie beschreibt Emersion das Wiedererscheinen eines Himmelskörpers. Abgesehen davon ist Emersion im wissenschaftlichen Bereichen wenig gebräuchlich.

der etablierten Logik auf einmal mit dem Publikum sprechen lässt, oder er auf andere Weise die logische oder physikalische Gesetzmäßigkeit der diegetischen Welt bricht.

### III.10.a. Positive und negative Auswirkungen der Emersion

Emersion kann positive Begleiterscheinungen haben. Die meist irritierende Wirkung der Emersion steigert die Aufmerksamkeit und verbessert die Fähigkeit zur Meinungs- und Entscheidungsbildung. Durch Emersion wird die Wahrscheinlichkeit gesteigert, einen Zuseher von narrativer Immersion zur reflexiven Immersion übertreten zu lassen und umgekehrt, denn Emersion bedeutet immer das Zurückziehen aus einer gedanklichen Welt in Richtung einer neutraleren Betrachtungsweise. Damit verbunden ist die Möglichkeit des Zusehers, über die Botschaft eines Filmes nachzudenken.

Entspricht ein Film nicht den Erwartungen des Publikums, kann es zur Emersion kommen. Einer der Gründe kann in den Genrekonventionen liegen oder wenn erwartete Erzähltechniken missachtet werden. Über die Klage des Regisseurs und Bildkünstlers Derek Jarman bei der Präsentation seines Films „In the shadow of the sun“ (1974) findet sich eine bemerkenswerte Aussage über die von ihm unerwünschte Publikumsreaktion.<sup>77</sup>

There is no narrative in the film. The first viewers racked their brains for a meaning instead of relaxing into the ambient tapestry of random images.<sup>78</sup>

Möglicherweise lag es an der Erwartungshaltung seitens des Publikums, mit klassischen Erzählcodes konfrontiert zu werden. Jedenfalls zeigt sich, dass die Intention hinter den nicht-narrativen Bildern vom Publikum unverstanden blieb. Nicht nur, weil der Inhalt für die Zuseher keinen Sinn ergeben hat, sondern möglicherweise auch, weil das durchschnittliche Publikum durch das Erzählkino Hollywoods geprägt ist und instinktiv zu einer „*interpretatorischen Rezeption*“<sup>79</sup> tendiert.

### III.10.b. Emersionsstrategie vs. emersives Stilmittel

Ähnlich wie bei Immersion kann zwischen zwei Arten der Emersion unterschieden werden. Die *Emersionstrategie* stellt ein bewusst eingesetztes Werkzeug des Künstlers dar, mit dem Ziel, den Rezipient aus dem Film „herauszureißen“. Passiert dies aber ungewollt oder als unerwünschtes Nebenprodukt, so kann man von einem *Stilmittel mit emersiver Wirkung* sprechen. Dies gilt z.B. für das zuvor angedeutete Paradoxon, in dem nicht-narrative Bilder im Kontext des Erzählkinos für Verwirrung sorgen.

<sup>77</sup> Vgl. Frey, Martin. Derek Jarman: Bewegte Bilder eines Malers, 2008, S.102.

<sup>78</sup> Siehe ebd S.102.

<sup>79</sup> Vgl. ebd. S.101.

## IV. IMMERSIONSSTRATEGIEN

### IV.1. Werbestrategien und ihre Auswirkungen

Werbung kann neben der Erzeugung von Bedürfnissen auch zur Manipulation von Erwartungshaltung genutzt werden. Im Filmgeschäft dienen Trailer, Kurzfilme, Plakate, Merchandisingprodukte oder Internetpräsenzen als Plattformen. In jüngster Zeit kam die gesteuerte Mundpropaganda als weitere Möglichkeit hinzu. Sie wird als virales Marketing bezeichnet. Filme wie „Blair Witch Projekt“ (1998, Regie Daniel Myrick und Eduardo Sánchez ) oder „Cloverfield“ (2008, Regie: Matt Reeves) gehören zu den Erfolgsbeispielen



Abbildung 6: Werbegravur der Statue der Freiheit für den Film Cloverfield. Das Fehlen einer eindeutigen Kennzeichnung als Filmwerbung ist Teil der Vermarktungsstrategie.

viraler Vermarktungsstrategien. Diese Filme verknüpfen Werbung mit narrativer Unterhaltung und folglich erstreckt sich die erzählte diegetische Welt über die Filmhandlung hinaus. Der zusätzliche Konsumgenuss wird zur Belohnung für den aktiven Zuseher. Im Falle von „Blair Witch Projekt“ fanden Internetbenutzer fingierte Hintergrundinformationen rund um die Begebenheiten des vermeintlichen Dokumentarfilms. Bei „Cloverfield“ wurde vor dem Filmstart Hintergrundmaterial in Form von unklar betitelten Videoclips verbreitet. Manche darin thematisierte Figuren, Themen oder Marken bekamen sogar eigene Webpräsenzen, ohne dabei ihren eigentlichen Zweck zu offenbaren. Internetcommunities trugen diese Informationen eifrig zusammen und sorgten so für deren Verbreitung.



Abbildung 7: Unklar betitelte Videoclips im Internet sollen per Viral-Marketing für die Bewerbung des Spielfilmes Cloverfield sorgen.

Immer deutlicher zeigt sich die Tendenz zur grenzüberschreitenden Verschmelzung von Werbeinhalten mit narrativen Medien. So entstehen Internet-Werbeclips für Computerspiele, die in ihrer Aufmachung und Länge an professionelle Spielfilme erinnern. Das Betrachten dieser Werbefilme wird als zusätzlicher Genuss beworben. Quasi als Basis zum diegetischen Verständnis der Spielwelt. So veröffentlicht die Spielefirma Ubisoft

zur Bewerbung ihres Videospiele „Assassin´s Creed II“ aus dem Jahre 2009 im Vorfeld einen 36 Minuten langen Spielfilm auf YouTube<sup>80</sup> und MTV mit dem Titel „Assassin´s Creed: Lineage“ (2009 – Regie Yves Simoneau). Der Film erinnert in Aufmachung und Struktur bewusst an bekannte Hollywoodproduktionen. Dem Kunden wird suggeriert, dass er durch den Konsum des Mediums umfassender und intensiver in die Spielewelt eintauchen kann. In Wirklichkeit betrachtet er einen 36 Minuten langen Werbeclip mit narrativer Fassade. Ziel scheint die Erschaffung einer über den Spielektor hinausreichenden Unterhaltungswelt zu sein, denn neben dem Film existieren bereits Romane und Comics. Die großen Pläne dementiert auch Computerspielproduzent Sébastien Puel nicht. Dieser stellte zu einem Zeitpunkt, als noch nicht sicher war, ob ein dritter Teil erscheinen wird, fest: „I’m often asked if we’re doing a third game after ACII... I mean, we could do 35 of these“.<sup>81</sup>

Tatsächlich zeigt sich der Hersteller äußerst produktiv und veröffentlichte zwischen 2007 und 2010 acht eigenständige Spielvarianten auf mehreren Computerspielplattformen.<sup>82</sup>



Abbildung 8: Die Spielindustrie nutzt Ästhetik und Technik des modernen Hollywoodkinos zur Bewerbung ihrer Produkte. Zu sehen ein Standbild des 36 Minuten Kurzfilms Assassin's Creed Lineage.

Möglicherweise wird Ubisoft zu einer Taktik übergehen, die bereits von Firmen wie Telltale Games betrieben wird. Sie produzieren Spiele in Episoden. D.h. sie produzieren in einer Staffel und geben nach und nach die einzelnen Folgen der Handlung frei. Dieses von Filmreihen

inspirierte System hat für den Hersteller den Vorteil, dass er, obwohl die Ausarbeitung eines Spieles nicht ganz abgeschlossen ist, bereits mit dem Verkauf beginnen kann. Durch die Regelmäßigkeit des Konsumierens erschließen sich der Spieleindustrie gewisse narrative und immersive Möglichkeiten aus dem Film und TV Bereich. Eine dieser Techniken ist die unablässige Wiederholung von Reizmustern zur Prägung des Zielpublikums. Mehr dazu im nächsten Kapitel und in Kapitel IV.6.d) Geschmackskonditionierung auf Seite 41.

<sup>80</sup> Vgl. Youtube - Assassin's Creed Lineage - Complete Movie

Quelle: <http://www.youtube.com/watch?v=vcE8xJkK6t4&feature=channel> (04.März 2011)

<sup>81</sup> Siehe Magazinveröffentlichung: Hrsg. Xbox World 360 [Autor Unbekannt], Magazinbeitrag, Q and A with Sébastien Puel, In: Xbox World 360, Ausgabe November 2009, S17.

<sup>82</sup> [Assassin's Creed](#) (2007), [Assassin's Creed: Director's Cut](#) (2008), [Assassin's Creed: Altaïr's Chronicles](#) (2008) [Assassin's Creed: Bloodlines](#) (2009) [Assassin's Creed II](#) (2009) [Assassin's Creed II: Discovery](#) (2009) [Assassin's Creed: Project Legacy](#) (2010) [Assassin's Creed: Brotherhood](#) (2010)

## IV.2. Wiederholung als Strategie

In der klassischen Ära wäre es undenkbar gewesen, zu einer Prestigeproduktion ein Sequel zu drehen (man stelle sich THE SEARCHERS II vor). Seit Ende der siebziger Jahre hingegen machen Filmserien einen wichtigen Teil der Prestigeproduktionen Hollywoods aus, und mitunter kommt es sogar vor, dass Einzelfilme aufgrund einer erfolgreichen Videoauswertung zu Serien weiterentwickelt werden.<sup>83</sup>

Vinzenz Hediger, über „Rituale des Wiedersehens“<sup>84</sup>

Das Verfilmen erfolgreicher Stoffe gehört zur üblichen Praxis in der Filmindustrie. Dazu gehören Fortsetzungen, Neuverfilmungen sowie Bestseller-, Historien-, Comic- und Computerspielverfilmungen. Die Hintergründe dazu sind zunächst ökonomischer Natur.<sup>85</sup> Produzenten besitzen Daten über die bisherigen Verkaufszahlen der Originalmedien oder haben eine Einschätzung zur aktuellen Popularität eines Stoffes und können so Prognosen für zukünftige Verwertung vornehmen. So verfügt die für 2013<sup>86</sup> geplante Verfilmung des Online-Rollenspiels World of Warcraft mit 12 Millionen aktiven Abonnenten<sup>87</sup> über eine enorme Zahl an Stammkunden, die sich für eine Verfilmung interessieren könnten.

Wie prägend Wiederholung wirken kann, zeigt sich am Erfolg von „Star Trek“. Das Unterhaltungsfranchising begann 1966 mit der Serie „Raumschiff Enterprise“, die wegen mangelnder Einschaltquoten vorzeitig 1969 abgesetzt wurde. Erst durch jahrelange Wiederholungen um verlorene Produktionskosten einzuspielen, konnte sich eine breite Masse nach und nach mit dem ungewöhnlichen Stoff vertraut machen, sodass die Popularität im Laufe eines Jahrzehnts derart anstieg, dass 1979 der erste Spielfilm in die Kinos kam. In „Star Trek“ wurden die Figuren „Captain Kirk“ und „Mister Spock“ zu Stilikonen und Film-Archetypen (Siehe Abbildung 9 auf Seite 29). Es scheint, dass die unablässigen Wiederholungen der entscheidende Faktor für die wachsende Begeisterung war. Denn ähnlich einer Konditionierung haben Wiederholungen zur Sensibilisierung des Publikums geführt, das sich dadurch erst dem ungewöhnlichen Stoff hingeben konnte.

---

<sup>83</sup> Siehe Hediger, Vinzenz, Rituale des Wiedersehens, in: REC – Video als mediales Phänomen, 2002, S.87.

<sup>84</sup> Siehe ebenda.

<sup>85</sup> Wie es sich im nächsten Kapitel zeigen wird, existieren auch ästhetisch-narrative Gründe.

<sup>86</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: IMDb (Hrsg.): Warcraft (2013), Hrsg. In: IMDb.com, Inc., Seattle, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://www.imdb.com/title/tt0803096/> (03.03 2011)

<sup>87</sup> Laut Publisherangaben erreichte das Computerspiel im Oktober 2010 eine Zahl von über 12 Millionen aktiver Abo-Accounts.

Vgl. Internetveröffentlichung: Blizzard (Hrsg.) [Autor unbekannt]: Blizzard Entertainment: Pressemeldungen, Hrsg In: Bizzard Entertainment, Paris, 07.08.2010. Quelle: <http://eu.blizzard.com/de-de/company/press/pressreleases.html?101007> (03.03 2011).



Regelmäßige Wiederholung kann daher auch eine Immersionsstrategie sein. Durch die Möglichkeit des regelmäßigen Konsums entsteht eine Fangemeinde, die in aller Regel bestens mit der diegetischen Welt und seinen Figuren vertraut ist. Der Fan bezieht einen großen Teil des Konsumgenusses und somit seiner Immersion aus dem Rezipieren von immer gleichen Reizmustern in abgewandelten Situationen. Es ist wie ein Schachspiel, in dem die zur Verfügung stehenden Figuren und Spielregeln bestens vertraut sind und der Reiz darin besteht, zu beobachten, wohin sich das Spiel entwickeln wird.



Abbildung 9: Das Star Trek Franchise als Beispiel für den Erfolg durch „ewige“ Wiederholung. Links: Die Originaldarsteller aus den Sechzigerjahren mit Leonard Nimoy (l) und William Shatner (r) Rechts: Die Neubesetzung des elften Spielfilms mit Zachary Quinto (l) und Chris Pine (r).

Derzeit verfügt das Franchise Star Trek über fünf Nachfolgeserien.<sup>88</sup> Das jüngste Produkt ist der elfte Spielfilm der Reihe mit dem Titel „Star Trek“ aus dem Jahr 2009 unter der Regie von Jeffrey Jacob "J. J." Abrams. Dabei handelt es sich um eine Neuinterpretation des Originalstoffes aus den Sechzigerjahren. Es kommt also zu einer Wiederholung einer Serie, die erst durch Wiederholung berühmt wurde. Um die emotionale Bindung der Zuseher zu diesen „neuen alten“ Figuren zu stärken

und künftig auch den kommerziellen Erfolg des Franchisings zu erhalten, sind bereits zwei Fortsetzungen geplant.<sup>89</sup>

#### IV.2.a. Mit narrativer Verkürzung zur schnellen Immersion

Für die Planungsphase von Filmen, der sogenannten Pre-Production, kann der Rückgriff auf bekannte Stoffe ebenfalls von Vorteil sein. Dem Filmgestalter stehen so erfolgreiche und erprobte Konzepte und Designs zur Verfügung und nicht zuletzt ein Zielpublikum, das mit den darin vorkommenden Thematiken bereits vertraut ist. Darauf basierend kann manche expositorische Erklärung wegfallen und die Immersion früher einsetzen. So ist es nicht nötig, bei einem religiösen Setting wie dem Monumentalfilm Ben Hur (1959 – William Wyler) zu erklären, wer Jesus Christus ist und welche Funktion er erfüllt. Im Film wird seine Anwesenheit nur angedeutet und das reicht aus, um die Wichtigkeit seiner Rolle dramaturgisch gekonnt zu unterstreichen.

<sup>88</sup> Die Spinoff-Serien spielen dabei zum Teil vor und nach den Geschehnissen der Originalserie. Dabei kommt das Franchise zusammengerechnet auf 725 Einzelfolgen. (Stand März 2011) Andere Medien wie Spielfilme, Bücher, Comics und Videospiele nicht eingerechnet.

<sup>89</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: *Pascale Anthony*: BREAKING: Star Trek Sequel Tentatively Set for June 29th, 2012, Hrsg: Internetartikel, SciFanic Network, [Ort unbekannt] 08.01.2010. Quelle: <http://trekmovie.com/2010/01/08/breaking-star-trek-sequel-tentatively-set-for-june-29th-2012/> (03.März 2011).

Die Konsumbedingungen sind ebenfalls zu berücksichtigen bei der Form der Narration. Ein Kinobesucher ist beispielsweise für ein langsames Eintauchen in die Handlung bereit. Als Gast hat er sich bewusst für den Film entschieden und im Voraus bezahlt. Um andere Kinobesucher nicht zu stören, wird er auch verweilen, selbst wenn der Film zunächst nicht seinem Geschmack oder seiner Erwartung entspricht. Bei der Gestaltung von TV- Spielfilmen und TV-Serien muss die Aufmerksamkeit des Publikums mit weitaus intensiveren und unmittelbar wirkenden Stilmitteln erlangt und erhalten werden, als dies im Kino notwendig ist. Andernfalls droht die Gefahr, dass der Zuseher den Fernsehkanal wechselt. Der finanzielle Anreiz Kinofilme auch im Fernsehen zu vermarkten, hat somit Auswirkungen auf die Gestaltung von Filmen. Es entstehen Filme mit genau 90 Minuten Länge, da sie so mit höherer Wahrscheinlichkeit im Fernsehbetrieb verwertet werden. In Einzelfällen wird sogar schon auf die später hinzugefügten Werbeunterbrechungen Rücksicht genommen, indem regelmäßig kleine Höhepunkte gesetzt werden. Möglicherweise ist diese Zweitverwertung auch die Ursache für die Tendenz, die Phase der diegetischen Einführung immer früher abzuschließen und auf den Hauptakteur zu beschränken. Drehbuchautorin und Script Doktorin Hildegard Berner-Berger stellte dazu im Jahr 2008 während einer Gast-Vorlesung an der Universität Wien sinngemäß fest, dass es durch die Gefahr des „Weiterzappens“ bei Tatort Krimis üblich wurde, den Mord bereits innerhalb der ersten fünf Minuten zu zeigen und nicht mehr wie in der Anfangszeit der Krimireihe im Bereich von 15 bis 30 Minuten zu platzieren. Dieser spätere Zeitpunkt entspricht mehr der Theorie von Syd Field in seinem Werk „Screenplay“ aus dem Jahre 1979, das heute in vielen Lehrbüchern und theoretischen Werken noch zu finden ist.

Je besser ein Zuseher die diegetische Welt versteht, umso leichter kann er darin eintauchen. Dazu gehört auch die Vertrautheit mit den Figuren. Bei einer Verfilmung populärer Stoffe wie „Robin Hood“ (2010 – Regie: Ridley Scott) oder bei der Erstellung von Fortsetzungen wie „Batman – The Dark Knight“ (2008 – Regie: Christopher Nolan) oder „Zurück in die Zukunft“ (1989 und 1990, Regie: Robert Zemeckis) können große Teile der Exposition eingespart werden, da Basiswissen über die diegetische Welt und die in ihr lebenden Figuren vorausgesetzt werden kann. Das gilt auch für Filme mit historischem Hintergrund wie „Das Leben der Anderen“ (2006, Regie: Florian Henckel von Donnersmarck). Das Grundwissen zur DDR und zur Existenz der Stasi wird als bekannt vorausgesetzt. Die Szenen des Verhörs am Anfang des Films dienen nämlich weniger der Vermittlung von Basiswissen, als zur Charakterisierung der Hauptfigur. Für den Zuseher bedeutet dies, dass er früher empathisch in die Gedankenwelt des Protagonisten

eintaucht. Selbst wenn er zu diesem Zeitpunkt noch keine Sympathie für die Figur empfindet.

#### IV.2.b. Steht das Gedächtnis der Immersion im Wege?

Es stellt sich die Frage, wie lang der Konsum bei Fortsetzungsfilmern zeitlich auseinander liegen darf, um trotzdem noch von einer beschleunigten Immersion profitieren zu können. So zeigt eine Langzeitstudie<sup>90</sup> zur Gedächtnisleistung von Studenten, deren erlerntes Wissen getestet wurde, dass der Verlust von erlernten Vokabeln gerade im ersten Jahr beträchtlich ist. Nach 3 Jahren beträgt der Verlust schon 60%, fällt dann aber nicht mehr wesentlich ab.<sup>91</sup> Bei Blockbusterverfilmungen braucht es für gewöhnlich zwei bis vier Jahre, um eine Fortsetzung fertigzustellen. Im Fall von „Avatar – Aufbruch nach Pandora“ spricht Regisseur James Cameron von einer ersten Fortsetzung gegen Ende 2014<sup>92</sup>, was einem Abstand von 5 Jahren entspricht. Der dritte Teil soll jedoch bereits im Folgejahr 2015 erscheinen. Diesen Jahresrhythmus teilt Avatar mit Filmreihen wie „Herr der Ringe“ oder „Harry Potter“. Doch trotz dieser aus produktionstechnischer Sicht kurzen Zeit kann ein Regisseur nicht davon ausgehen, dass sich die Mehrheit der Kinobesucher an alle wichtigen Informationen erinnern kann. Auf eine Exposition könnte man erst dann verzichten, wenn die Abstände zwischen den Fortsetzungen auf Tage oder Wochen reduziert werden könnten. Aber auch in kurzer Folge ausgestrahlte Fernsehproduktionen verzichten nicht auf verkürzte Narrationen, um auch Neueinsteigern den Zugang zur Handlung ermöglichen. So berichtet Regisseur Jerry Bruckheimer über diese Thematik:

Es dauert Jahre, bis alles stimmt. An "Prince of Persia" haben wir sechs Jahre gearbeitet! Es dauert wirklich seine Zeit. Deshalb mache ich auch Fernsehen, weil es so schnell ist. Da hat man in sechs bis acht Monaten ein Ergebnis.<sup>93</sup>

Für die Erzähltechnik bedeutet das, dass kaum ein Format das volle immersive Potential von narrativer Verkürzung ausnutzen kann. Um auch Neueinsteigern einen zufriedenstellenden Filmkonsum zu ermöglichen, werden in der Regel die wichtigsten Informationen eines Vorgängerfilms erneut aufgegriffen.

---

<sup>90</sup> Vgl. Maderthaner, Rainer: Psychologie, 2008, S.216.

<sup>91</sup> Vgl. Ebd. S216.

<sup>92</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: Franich, Darren: James Cameron: 'Avatar' sequels coming Christmas 2014 and 2015, Hrsg. Inside Movies, Time Inc., Tampa, 24.01 2011.  
Quelle: <http://insidemovies.ew.com/2011/01/24/avatar-sequels-james-cameron/> (05.03:2011)./ (05.03:2011).

<sup>93</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Albers, Sophie: Das Erfolgsrezept des Königs von Hollywood, Stern.de GmbH, Hamburg, 21.05.2010  
Quelle: <http://www.stern.de/kultur/film/prince-of-persia-produzent-jerry-bruckheimer-das-erfolgsrezept-des-koenigs-von-hollywood-1567724.html> (03. 03 2011).

### IV.3. Synästhesie

Der Begriff Synästhesie stammt vom griechischen „Synaisthēsis“ ab und steht für Mitempfindung und ist als Stilmittel seit der Antike belegt. Synästhesie beschreibt die Fähigkeit des Menschen zur „Reizverschmelzung“ oder zur „metaphorischen Beschreibung von Eindrücken“.<sup>94</sup> So entstehen

„duftende Farben“, „farbige Klänge“ oder „leuchtende Töne“. In der Psychologie ist Synästhesie als eine Miterregung eines Sinnesorgans durch einen nichtspezifischen Reiz bekannt.<sup>95</sup> Also zu einem gleichzeitigen Er-



Abbildung 10: In „Ratatouille“ (2007) werden die Geschmacksempfindungen der Ratte Remy mittels Synästhesie zu Farbe, Form und Klang.

leben verschiedener Sinneseindrücke durch nur einen Reiztypus. Man spricht auch von einem „Übersprechen“ der Sinneskanäle. Dadurch „hört“ man beispielsweise nicht nur Töne, sondern „sieht“ zusätzlich farbige Muster. Im Französischen wird diese Fähigkeit „Audition colorée“ genannt.

Dabei werden z.B. hohe Töne oft mit hellen Farben verbunden, tiefe mit dunklen. Trompetenklänge können die Empfindung „rot“ hervorrufen. Das Hören eines Musikstückes kann auch zur Visualisierung eines Gemäldes führen – einem „Klanggemälde“ in der wörtlichen Bedeutung. Umgekehrt kann ein Farbreiz Klangempfindungen auslösen.<sup>96</sup>

Zu diesen bereits beschriebenen sensorischen Synästhesien kommen noch kognitive hinzu. Dadurch wird ein Gedanke beispielsweise zu einem Geschmack, oder ein Reiz wird zur empfundenen Emotion. So kann ein Ton seelische Empfindungen auslösen oder umgekehrt kann eine seelische Empfindung als Ton wahrgenommen werden.<sup>97</sup> Für den Filmmacher sind daher praktisch alle Kombinationen denkbar. Zu den Sinneseindrücken, die nicht über den kinematographischen Code dargestellt werden können, zählen Riechen, Schmecken und Tasten. Hinzu kommt der Temperatursinn, die Schmerzempfindung, der Gleichgewichtssinn und die Körperempfindung wie Hunger, Durst, etc.. All diese Faktoren können im Medium Film über Synästhesie „versinnbildlicht“ werden.

<sup>94</sup> Vgl. Brockhaus: 21. Band: SR-TEO, 1989, S.527.

<sup>95</sup> Vgl. ebd. S.527.

<sup>96</sup> Vgl. Brockhaus: 7. Band: EX-FRT, 1989, S.110.

<sup>97</sup> Brockhaus: 21. Band: SR-TEO, 1989, S.527.



Abbildung 11: Ein Gericht, so gut wie eine schöne Kindheitserinnerung. Emotions- und Geschmacksynästhesie im Film "Ratatouille" 2007 von Brad Bird und Jan Pinkava.

Beispielsweise kann die Erregung einer Figur über ein Anheben der Atemgeräusche „fühlbare“ gemacht werden. Raumangst kann durch die Verwendung spezieller Kameraoptiken und die Wahl der Perspektive vermittelt werden, wobei vom Rezipienten eine scheinbare Verkürzung des Raumes antizipiert wird. Ein blauer Raum wirkt „kalt“ und vermittelt auf diese Weise dem Zuseher die vom Protagonisten empfundene Kälte.<sup>98</sup> Im Film *Ratatouille* - 2007 unter der Regie von Brad Bird und Jan Pinkava gedreht - wird Geschmack als Mischung aus sensorischem, synästhetischem Klang-, Farb- und Formerlebnis übersetzt. Geschmack kann mit einer emotionalen Erinnerung verbunden werden. Durch den besonderen Geschmack seines Gerichtes durchlebt der gefühlskalte Gourmetkritiker zum Finale des Films eine prägende Kindheitserinnerung, wie in Abbildung 11 zu sehen ist. Die Nachbildung von Wahrnehmungserleben ist nicht einfach und objektiv betrachtet sind die Möglichkeiten im Film sehr beschränkt. Doch möglicherweise liegt nicht nur die Kunst des Filmemachens, sondern auch der Reiz für den Zuseher gerade darin, sich mit Hilfe der Synästhesie über diese Beschränkungen hinwegzusetzen und Reize in veränderter Form wahrzunehmen. Bereits im Stummfilmkino wurden Emotionen erfolgreich ohne Worte kommuniziert.

<sup>98</sup> Der Eindruck, dass Farben das Temperaturempfinden beeinflussen, beruht auf einem physiologischen Phänomen. So frieren....Anwesende in einem bläulich gestrichenen Raum stärker als in einem gleich temperierten roten Raum. Man führt dies auf die physiologische Wirkung der „warmen Farben“, allen voran Rot, zurück, die nachweisbar zu einem erhöhten Adrenalinausstoß führen und damit den Kreislauf anregen.

#### IV.4. „Fish out of the Water“

Es geht immer nur um die Charaktere, die Themen, die Storyline. Um nichts anderes. Wenn man ein gutes Drehbuch hat, sind die Chancen groß, dass auch der Film gut wird.<sup>99</sup>

Jerry Bruckheimer, Regisseur (\*1945)

Bei Schreiben einer Serie oder Filmreihe steht der Autor oft vor dem Problem, dass er dem Zuseher ausreichend Wissen vermitteln muss, damit dieser der fortlaufenden Handlung folgen kann. Manche verpacken die Information im Hinblick auf Immersion wirksamer als andere. Jede Wiederholung von bereits bekannten Situationen und Dialogen ohne Anteil an neuer Information langweilt möglicherweise den Rezipienten und lässt ihn an der Oberfläche bleiben. Solchen Erklärungen und Rückblenden mangelt es an immersiver Qualität. Geschickter ist es deshalb, die wichtigsten Informationen in aktive Handlungen zu verpacken. Im Falle einer Filmreihe, wäre eine bewährte Erzähltechnik die, eine neue Figur hinzuzufügen, die sich genau so wenig in der Story auskennt wie der gerade einsteigende Zuseher. Im Englischen wird diese Figur oft als „Fish out of the Water“ bezeichnet. Angenommen, ein Kommissar versucht einen Verbrecher, den er in der letzten Folge nicht überführen konnte, zu fangen, so stellt man ihm am Beginn der Handlung einen unerfahrenen Assistenten zur Seite. Dieser „Fish out of the water“ wird zugleich mit dem Zuseher in die Handlung eingeführt. Mit ihm und vor allem an ihm kann man effektiv erklären, wer der Gesuchte ist und welche Gefahr von ihm ausgeht.

Es gibt auch Filmreihen, die nicht auf Vorwissen aufbauen. In jeder Folge wird das Grundmuster der Serie neu vorgestellt und die Beziehungsstruktur der handelnden Personen neu aufgerollt. Gerade bei Komödien kann diese Technik wirkungsvoll eingesetzt werden. Zu nennen wären Filmreihen wie die „Nackte Kanone Trilogie“<sup>100</sup> oder „Don Camillo“<sup>101</sup>. Der Zuschauer braucht kein Vorwissen, um die Beziehungsstruktur der Akteure zu verstehen. Er wird auf humorvolle Weise in das bereits bewährte Lustspielkonzept eingeführt.

Die „Amerika-Trilogie“ von Sergio Leone<sup>102</sup> ist ein Extrembeispiel, da in diesem Fall weder die Handlung noch die Figuren der einzelnen Folgen in einem Verhältnis zueinander

<sup>99</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Albers, Sophie: Das Erfolgsrezept des Königs von Hollywood, Stern.de GmbH, Hamburg, 21.05.2010.

Quelle: <http://www.stern.de/kultur/film/prince-of-persia-produzent-jerry-bruckheimer-das-erfolgsrezept-des-koenigs-von-hollywood-1567724.html> (03. 03 2011)

<sup>100</sup> Filmkomödienreihe von David Zucker mit „Die nackte Kanone“(1988), „Die nackte Kanone 2½“ (1991) und „Die nackte Kanone 33⅓“ (1994).

<sup>101</sup> Fünf Filme existieren aus den Jahren 1952 bis 1965 unter wechselnder Regie mit den Hauptdarstellern Fernandel als Don Camillo und Gino Vervi als Gegenspieler Peppone.

stehen. Jedesmal agieren Neulinge, die erst lernen müssen, mit den Situationen klar zu kommen. Selbst die James Bond Actionfilme entsprechen zu einem gewissen Grad diesem Muster, da ihre Hauptfigur immer wieder mit neuen unerwarteten Situationen konfrontiert wird. In solchen Ausnahmesituationen kommt ein weiterer wichtiger Aspekt für die Immersion hinzu! Betrachter können sich mit einem „Fish out of the water“ viel besser identifizieren als mit einer Figur, die bereits einen Informationsvorsprung besitzt. Mit einem „Fish“ fühlt der Zuseher Solidarität und Mitgefühl. Er kann die Reaktionen des „Fisches“ beobachten und lernt anhand ihrer Reaktionen, was die Hauptfigur denkt. Der Zuseher kann aus einem Wutausbruch oder einem peinlich berührten Lachen eines „Fisches“ mehr über einen Charakter lernen als aus langen Dialogen.



Abbildung 12: Der Reaktionsshot von Dorothy (Judy Garland) ist ein perfektes Beispiel für die Wirksamkeit einer „Fish out of the Water“ Figur.

Wir brauchen nur dem „Fisch“ Dorothy einen Moment ins Gesicht zu blicken, wenn sie zum ersten Mal „Das Zauberhafte Land“ (engl. „The Wizard of Oz“) entdeckt und lernen unendlich viel über ihren Charakter. Die „Fish out of the Water“ Technik ist also generell eine gute Methode, ungeachtet davon, ob es sich um eine

Filmreihe oder einen Einzelfilm handelt. Für die Immersion ist diese Technik ebenfalls von größter Bedeutung, da die Figur unverzüglich zu handeln beginnen kann und den Zuseher von Anfang an in die Handlung eintauchen lässt.

## IV.5. Suggestion

### IV.5.a. Manipulationen während der Vorstellung

Filmemacher kennen viele bewährte Konzepte, um den Zuseher zu manipulieren. Manipulationen können aber nicht nur innerhalb eines Filmes auftreten, sondern auch während des Filmkonsums im Kino selbst. Die Stimmung der Gruppe im Saal beeinflusst die Wahrnehmung des Einzelnen beträchtlich. Ein einziger Gast reicht aus, um eine positive emotionale Stimmung aufzubauen oder eine solche zum Kippen zu bringen. Das war Theatermachern bereits im siebzehnten Jahrhundert bewusst. Es konnten sich dabei regelrechte Berufszweige entwickeln. So hatten die eifrig klatschenden *Claqueurs* einen

<sup>102</sup> Die Triologie enthält die Filme „Spiel mir das Lied vom Tod“ (1968) „Todesmelodie“ (1971) und „Es war einmal in Amerika“ (1984). Im Englischen wird von der Once Upon a Time- Trilogy gesprochen, was angesichts der Originaltitel verständlich ist. "Once Upon A Time In The West", "Once Upon A Time ... The Revolution" und "Once Upon A Time In America".

hohen Anteil am Erfolg einer Produktion. Es gab außerdem *Pleureurs*, die an passenden Stellen schluchzten oder *Bisseurs*, die nach Wiederholung riefen. Das ansteckende Lachen der *Rieurs* findet sich heute in Form von Lachkonserven in TV Sitcoms wieder.<sup>103</sup> Obwohl im deutschsprachigen Kinobetrieb kaum Gefahr besteht, durch einen bezahlten Gast manipuliert zu werden<sup>104</sup>, so ist der Einfluss der Gruppendynamik auf die Wahrnehmung nicht zu unterschätzen. Daher versuchen Filmemacher, ihr Publikum schon vor dem Kauf der Kinokarte durch Werbung in eine gewünschte positive Stimmung zu versetzen. Aufbauend auf den klassischen Werbemedien, wie Kinoplatat oder Trailer, findet sich die suggestive Überhöhung. Sie dient der Erschaffung einer pro-immersiven Grundhaltung, wie der folgende Auszug aus einem Werbetext für Avatar dokumentiert.

In dem epischen Fantasy-Abenteuer AVATAR – AUFBRUCH NACH PANDORA nimmt und STAR-Regisseur James Cameron („Titanic“ „Aliens – Die Rückkehr“, „Der Terminator“) mit in eine faszinierende Welt jenseits der Grenzen unserer Vorstellungskraft. Gemeinsam mit Jake Sully (James Worthington) taucht der Zuschauer in eine fesselnde Story ein und geht auf eine Reise voller Gefahren und Entdeckungen.<sup>105</sup>

Begriffe wie episch, faszinierend, fesselnd und eintauchen aus dem Beispieltext kreieren gezielte Erwartungshaltungen. Auch dort, wo zuvor keine waren. Dementsprechend können Werbebotschaften zu einer „selbsterfüllenden Prophezeiung“ führen. Also zu einer Vorhersage, die sich dadurch erfüllt, da sie das Verhalten des Rezipienten beeinflusst. Wird beispielsweise in einem Horoskop angekündigt, bald eine nette Bekanntschaft zu machen, so sensibilisiert die Prophezeiung denjenigen, der daran glaubt oder sie überprüfen will. Der Rezipient verhält sich also offener gegenüber neuen Gesprächspartnern und sorgt so für eine erhöhte Wahrscheinlichkeit, dass sich die Prophezeiung manifestiert. Diese Strategie, Menschen mit gezielten, teilweise sogar übertriebenen Bemerkungen auf eine Rezeptionsart auszurichten oder einzustimmen, steht in einer Tradition, die sich bis in die Antike zurückverfolgen lässt. So findet sich in einem Bericht des Plinius über die vorzügliche Malweise des Zeuxis (um 430 v. Chr.) die Behauptung: „Die Trauben waren so gut getroffen, dass die Vögel an ihnen pickten.“<sup>106</sup>

<sup>103</sup> Vgl. Neumann, Reiner, Ross, Alexander: Der Macht-Code, 2007, S.74f.

<sup>104</sup> Dem Autor sind auch heutige Vorfälle bekannt. Sowohl im Theaterbetrieb als auch bei Kino-Premieren.

<sup>105</sup> Entnommen aus der offiziellen deutschen Webpräsenz des Spielfilms:

Siehe Internetveröffentlichung: Twentieth Century Fox of Germany [Autor unbekannt]: Inhalt, In: AVATAR Extended Collector's Edition ab 15.11. auf Blu-ray & DVD!, Twentieth Century Fox of Germany GmbH, Frankfurt, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://www.avatar-derfilm.de/#/story> (04.03.21)

<sup>106</sup> Vgl. Geyer, Bernhard: Scheinwelten, 1994, S16.



Unter den Anekdoten der Kunstgeschichte finden sich immer wieder übersteigerte oder sogar euphorische Berichterstattungen über die illusorischen Qualitäten eines Kunstwerks. So wurde überliefert, dass die Mönche vom Wallfahrtsort Sacro Monte die Varallo ihre Pilger daran erinnern mussten, dass es sich bei den zu bewundernden plastischen Sakralbauten nicht um das echte Jerusalem handle.<sup>107</sup> Ebenso überhöht mutet die Berichterstattung der berühmten Filmpräsentationen der Gebrüder Lumiere in Paris an. Überwältigt vom Eindruck eines einfahrenden Zuges im Film „*L'arrivée d'un train à La Ciotat*“ flüchteten angeblich Teile des Publikums aus dem Saal, um sich vor der drohenden Gefahr in Sicherheit zu bringen. Diese Berichte dienen nicht nur zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades einer Attraktion, sie suggerieren dem Rezipienten zusätzlich, wie er sich dem Medium gegenüber zu verhalten hat, denn es gibt keinen angeborenen Instinkt, der einem Menschen unbewusst in ein abstraktes Werk eintauchen lässt. Vielmehr ist dies eine erlernte Fähigkeit oder eine künstlich suggerierte Aufforderung, wie sie auch innerhalb eines Filmes stattfinden kann.

#### IV.5.b. Manipulierte Gedanken

"You can truly implant a memory for an entire event that never happened,"<sup>108</sup>

Manipulation beginnt bereits, wenn eine Figur ihre Einschätzung über eine zukünftige Entwicklung kommuniziert. Die Feststellung „Das wird lustig!“ oder „Ich fürchte mich!“ manipuliert die Haltung des Zusehers dem Film oder den gerade thematisierten Aspekten gegenüber. Doch die Folgen sind noch weitreichender: Sobald sich der Zuseher mit etwas anderem als seinem Eigenbefinden auseinandersetzt, taucht er bereits in die Thematik des Films oder in das Gefühlsleben einer Figur ein. Suggestion ist daher aus vielen Gründen ein wichtiges immersives Stilmittel. Man könnte es als die Befehlsform zur Immersion in der Filmsprache bezeichnen. Dies kann sogar zu „gefälschten“ Erinnerungen führen. So zeigt eine Studie aus dem Jahr 2001 zu „false memories“<sup>109</sup>, dass es möglich ist, einem Teil einer Gruppe erfolgreich eine Erinnerung zu suggerieren, die nie stattgefunden hat. In diesem Fall ging es um die Comicfigur Bugs Bunny, die Teilnehmer bei einem gemeinsamen Besuch in einem Disney Themenpark angetroffen haben wollen. Dies ist insofern auszuschließen, da Bugs Bunny das Maskottchen der in

<sup>107</sup> Vgl. Grau, Oliver: Telepräsenz, 2001, S.46.

<sup>108</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Dye, Lee: Bugs Bunny Study Reveals Memory's Malleability, In: ABC NEWS American broadcast television network, New York, 27.06.2001. Quelle: <http://abcnews.go.com/Technology/story?id=98195&page=3> (03.03.2011).

<sup>109</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: University Of Washington (Hrsg.) [Autor unbekannt]: "I Tawt I Taw" A Bunny Wabbit At Disneyland: New Evidence Shows False Memories Can Be Created, In: ScienceDaily, Rockville, 12.06.2001. Quelle: <http://www.sciencedaily.com/releases/2001/06/010612065657.htm> (01.04.2011).

Konkurrenz stehenden Warner Brother Filmstudios ist.<sup>110</sup> Es zeigt sich, dass Betrachter in ihrer Haltung und Erwartung durch Einflüsse von außen manipuliert werden können. Es folgen ein paar Beispiele von Szenarien, die bei der Filmgestaltung von Bedeutung sind:

#### IV.5.c. Suggestion auf visueller Ebene

Durch die Nutzung von Filmcodes kann eine Suggestion auch auf visueller Ebene stattfinden. Dies geschieht meist in Form von Reaktionsshots. Das sind Nahaufnahmen, in denen gezeigt wird, wie eine Figur auf ein Vorkommnis reagiert. Hier ein Beispiel dazu: Eine Frau verläuft sich in einem Haus. Die Art und Weise, wie sie darauf reagiert, liefert dem Zuseher Erkenntnisse über den Seelenzustand der Frau. Des Weiteren enthält die Nahaufnahme auch eine Suggestion. Reagiert die Frau amüsiert, so könnte es sein, dass der Zuseher ebenfalls erheitert ist und mit der Frau gemeinsam lacht, wenngleich dies eine Reaktion ist, auf die der Zuseher ohne den Reaktionsshot der Frau nicht gekommen wäre. Grund dafür ist die Empathie zur Frau. In weiterer Folge ist es sogar möglich, dass der Zuseher voller Vorfreude auf den weiteren Verlauf der vermeintlichen Komödie wartet. Zeigt die Frau jedoch panische Angst, so könnte sich der Zuseher ebenso mit ihren Ängsten befassen oder mit seinen eigenen, was einer reflexiven Immersion entspräche. In all diesen Fällen zeigt es sich, wie leicht Immersion durch Reaktionsshots erzeugt werden kann. Suggestion ist also durch Schlussfolgerung möglich, wobei die menschliche Fähigkeit zur Assoziation noch viel tiefergehend ausgenutzt werden kann. In einem nicht-bildlichen Medium wie dem Roman reicht die Feststellung, dass eine Figur besonders attraktiv wirkt, um den Rezipienten von diesem Umstand zu überzeugen. Im Film ist dies etwas schwieriger zu bewerkstelligen, da jeder Zuseher seine eigenen persönlichen Idealvorstellungen von Schönheit hat. Jedoch kann diese Haltung durch Suggestion aufgeweicht werden. Im Film beeinflusst das Verhalten von Nebenfiguren die Wertung des Betrachters und suggeriert auf diese Weise die gewünschte Empfindung. So zieht die „schöne“ Person beim Betreten eines Raums automatisch die Blicke aller Anwesenden auf sich und erzeugt daher auch beim Zuseher den Eindruck oder die Empfindung, dass

---

<sup>110</sup> Das Szenario sah folgendermaßen aus: Teilnehmer glaubten, an einer Studie des Disneykonzerns teilzunehmen. Nach einem gemeinsamen Besuch in einem Themenpark wurden die Teilnehmer in vier Kontrollgruppen eingeteilt. Eine Kontrollgruppe blieb unbeeinflusst, die anderen drei Gruppen wurden mit unterschiedlichen Referenzierungen von Bugs Bunny konfrontiert. Einmal war Bugs Bunny in einem Begleitheft abgedruckt. Einmal stand er als Werbefigur im Raum und einmal war beides gleichzeitig im Einsatz. Das Ergebnis der Studie zeigte, dass sich vor allem in den manipulierten Gruppen vermehrt Probanden befanden, die sich „erinnern“ konnten, den Hasen im Themenpark angetroffen oder sogar mit ihm interagiert zu haben.

Vgl. University Of Washington (Hrsg.) [Autor unbekannt]: "I Tawt I Taw" A Bunny Wabbit At Disneyland: New Evidence Shows False Memories Can Be Created, In: ScienceDaily, Rockville, 12.06.2001. Quelle: <http://www.sciencedaily.com/releases/2001/06/010612065657.htm> (01.04.2011).

diese Person besonders anziehend auf andere wirkt. Diese Erkenntnis kann im Widerspruch zum eigenen Wertesystem stehen und beinhaltet gleichzeitig den unbewussten Lernprozess, dass eine Person, die eine positive Resonanz auslöst, attraktiv ist. Daher tendiert diese Suggestion dazu, auch abweichende Vorstellungen eines Rezipienten ins Wanken zu bringen. Diese Form der Suggestion hat sehr viel mit Reflexkonditionierung gemeinsam. Doch sollte Konditionierung genauer definiert werden, denn Suggestion ist nur eine sehr spezialisierte Form der Konditionierung.

## **IV.6. Konditionierung**

### **IV.6.a. Bedingte Reflexe**

Konditionierung ist nicht nur eine Möglichkeit der Manipulation, sondern stellt einen natürlichen Aspekt des Lernens dar. Innerhalb eines Films erfolgen viele dieser Lernprozesse. Ein Regisseur kann aber darüber hinaus Einfluss nehmen, welcher Reiz mit welchem Eindruck verknüpft werden soll. Wird die Aufmerksamkeit auf einen sinnlichen Eindruck gelenkt, kann es nach der Konditionierung zu starken Reaktionen kommen wie Erregung, Angst oder Freude. Entscheidend dafür ist, welche Eindrücke dem Reiz vorausgingen. Der Stimulus kann ein einzelner Reiz sein, oder eine Verknüpfung von mehreren Einflüssen, oder etwas Abstraktes sein wie ein kinematographischer Code. Die dabei ausgelösten Reaktionen werden als „bedingte Reflexe“ bezeichnet, die Teil der „klassischen Konditionierung“<sup>111</sup> sein können. „Bedingte Reflexe“ beruhen auf konditionierten Erfahrungen im Gegensatz zu den angeborenen „Unbedingten Reflexen“, die nicht erlernt werden müssen. Trotzdem lassen sich auch diese „Unbedingten Reflexe“ nachträglich konditionieren, also abgewöhnen oder neu erlernen und somit zu „Bedingten Reflexen“ machen.<sup>112</sup> Zu diesen „Unbedingten Reflexen“ gehört beispielsweise der angeborene Speichelfluss. Oft führt Konditionierung zu Veränderungen im Geiste eines Probanden. In diesen Fällen spricht man von emotionaler Konditionierung.<sup>113</sup>

### **IV.6.b. Orientierungsreflexe**

Orientierungsreflexe stellen neben den bedingten und unbedingten Reflexen die dritte Art der möglichen Reaktionen dar. Sie sind nur möglich, wenn noch keine Konditionierung stattgefunden hat. Es handelt sich daher immer um unbekannte oder unerwartete Reize, für die noch keine Reaktionskonzepte existieren. Diese führen zu einer erhöhten allgemeinen Erregung, zu einer Hinwendung zum Reiz.<sup>114</sup> Damit verfügen Filme, die

<sup>111</sup> Vgl. Kronsteiner, Nicole: Strategien der Werbung im Fernsehen, 2009, S.49.

<sup>112</sup> Vgl. Ebenda.

<sup>113</sup> Vgl. Felser, Georg: Werbe- und Konsumentenpsychologie, 2001, S.136.

<sup>114</sup> Vgl. Maderthaner, Rainer: Psychologie, 2008, S.188ff.

durch ihre Bild- und Tonsprache vermehrt Orientierungsreflexe auslösen, über ein starkes immersives Potential. Vor allem am Anfang eines Filmes sind Orientierungsreflexe wirkungsvoll, da sie zu diesem Zeitpunkt die einzige Möglichkeit zur Immersion bilden. Wenn beim Publikum noch zu wenig Verständnis für die erzählte Filmwelt existiert (Intellektuelle Immersion) oder noch nicht genügend Empathie für die Figuren aufgebaut wurde (Emotionalen Immersion), so dienen die Bilder und Töne nur einer sensorischen Befriedigung (Sensorischen Immersion). Daher eignen sich anregende Reize vor allem für die Anfangsphase eines Films. Aber auch während der Handlung können Aufnahmen, die den Orientierungsreflex auslösen, die Aufmerksamkeit des Zusehers wieder aktivieren, sollte diese verloren gegangen sein. Wie der Begriff „Reflex“ nahelegt, ist der durch den Reflex ausgelöste Immersionszustand stark ausgeprägt, aber nur von kurzer Dauer.

#### IV.6.c. Reflexkonditionierung

Wenn eine Filmfigur vorwiegend in extrem positiven oder negativen Situationen dargestellt wird, kann es zu Reflexkonditionierungen kommen. Ähnlich wie bei der Suggestion ist es nicht nur wichtig zu zeigen, was die Figur macht, sondern wie ihre Umwelt auf sie reagiert und ob sie für ihr Verhalten belohnt oder bestraft wird. Eine vergleichbare Form der Konditionierung betreibt die Produktwerbung.<sup>115</sup> Hier wird ein Produkt immer wieder mit demselben Stimuli (z.B. Sonnenaufgang, fließendes Wasser) präsentiert.<sup>116</sup> So können alltägliche Erlebnisse mit einem Genussmittel verbunden werden. Der Reiz führt in diesen Fällen durch seine starke Reaktion, die er auslöst, zu einer Hinwendung zum Medium und damit zu Immersion. Des Weiteren führt er zu einer Sensibilisierung, denn je öfter ein Rezipient mit einem Stimulus konfrontiert wird, umso eher lernt er, darauf zu reagieren. Dies kann sogar soweit führen, dass der Rezipient den Reiz regelrecht erwartet oder danach sucht, egal ob dieser Stimulus positiv oder negativ empfunden wird. Ein Betrachter kann auch lernen, auf einen Stimulus je nach Situation zu achten. So erhalten die grünen Notausgangsschilder beispielsweise erst bei einem Notfall volle Aufmerksamkeit. Beides kann der Filmgestalter nutzen, um die Aufmerksamkeit des Zusehers dorthin zu richten, wo es aus dramaturgischen Gründen gewünscht ist. Meist sind die Signale so beschaffen, dass sie den Betrachter weder überfordern noch unterfordern. Eine Ausnahme bilden die bereits erwähnten Orientierungsreflexe, die gerade durch ihr unerwartetes Erscheinen zu einer leichten Überforderung tendieren.

---

<sup>115</sup> Vgl. Kronsteiner, Nicole: Strategien der Werbung im Fernsehen, 2009, S.50.

<sup>116</sup> Vgl. Kroeber-Riel, Weinberg, Peter: Konsumentenverhalten, 2003, S.336.

#### IV.6.d. Geschmackskonditionierung

Vertrautheit ist eine wichtige Basis, um sich einem Medium intensiv widmen zu können. Die sich ewig wiederholenden Muster in Fernsehserien bieten eine perfekte Basis dafür. Die wiederkehrende Konfrontation mit einem Stimulus kann für den Betrachter zu einem Bedürfnis werden. Dies ist auch ein Erklärungsansatz, warum sich Prägungen bilden. Tatsächlich können Entzugserscheinungen durch das Ausbleiben vertrauter Reize entstehen. Sogar im Fernsehkonsum können Entzugserscheinungen auftreten, wenn z.B. eine Serie, welcher viel Aufmerksamkeit geschenkt wurde, plötzlich abgesetzt wird. Wie stark der Gewöhnungseffekt ist, hängt von der Anzahl der konsumierten Wiederholungen und dem positiven Mehrwert für den Konsumenten ab. Für den einen ist der Zeitraum wichtig, in dem er in die Welt des Mediums eingetaucht ist, für den anderen ist es eine freudige Erwartung, denn nicht nur die Erfüllung einer Erwartungshaltung kann lustvoll empfunden werden. Auch der Aufbau und das Aufrechterhalten einer Erwartungshaltung kann Teil des Genusses sein. Es ist egal, ob es sich bei dem Medium um Film, Fernsehen, Musik, Theater, Literatur oder ähnliches handelt. Somit können Dinge, die man gerne konsumiert, auch auf einer sich mit jedem Konsum verstärkenden Konditionierung beruhen. Damit sich dieses Bedürfnis bilden kann, muss jedoch erst einmal die Voraussetzung für einen wiederholten Konsum geschaffen werden.

#### IV.6.e. Konditionierung im Film

Konditionierung kann vor allem in längeren Filmformaten wirkungsvoll eingesetzt werden. Neben der Stärke des Stimulus zählt die Häufigkeit seiner Anwendung. Unter speziellen Umständen genügt ein einziger Stimulus. Es müssen jedoch ein paar Voraussetzungen für den Zuseher erfüllt sein. Dazu gehören neben einer positiven Einstellung gegenüber dem Film, eine gezielte Lenkung der Aufmerksamkeit auf den zu konditionierenden Stimulus, sowie eine ausreichende Medienkompetenz, um diesen als solchen zu erkennen. Abgesehen von simplen Reizstimuli gibt es auch abstraktere Möglichkeiten, wie z.B. die Konditionierung über den kinematographischen Code. Dazu können auch musikalische Stimuli gehören, wenn sie in Form einer Leitmotiv-Melodie vorkommen. In diesem Fall verweist die Musik auf eine Figur oder sie zitiert vergangene Stimmungen oder Situationen. Musik wird dadurch zum Stimulus. Die Möglichkeiten sind vielfältig. Die sensibilisierende Wirkung von Konditionierung kann genutzt werden, um auf handlungsrelevante Bereiche hinzuweisen oder um bewusst zu täuschen und so den Zuseher auf eine falsche Fährte zu locken. Ebenso ist Desensibilisierung möglich, je nachdem, mit welchen positiven oder negativen Erlebnissen der Stimulus verknüpft wird.

Die stärksten Momente eines Filmes können auf Konditionierung, basieren wie ein Anwendungsszenario in einem fiktiven Krimi à la Agatha Christi zeigt.

Um einen zweifachen Mörder aus der schützenden Anonymität zu locken, beschließt ein Protagonist, sich selbst als Köder und damit potentielles drittes Mordopfer einzusetzen. Diese Konfrontation soll durch die Technik der Konditionierung so aufregend und mitreißend wie möglich gestaltet werden. Als Basis dazu soll die Erregung des Zusehers dienen, die er bei der Ermordung einer ihm sympathischen Filmfigur erleidet. Die Empathie ist hierbei eine Voraussetzung, die unbedingt vorhanden sein muss, damit Konditionierung erfolgen kann. Des Weiteren bedarf es eines gemeinsamen Stimulus, der alle Morde mit dem neuerlichen Mordversuch verbindet. Eine naheliegende Variante ist es, den maskierten Täter bei jedem seiner Attacken aus einer ganz bestimmten Einstellung heraus zu zeigen. Sehr effektiv wäre eine Kameraeinstellung von unten nach oben, da sie den Täter größer und bedrohlicher erscheinen lässt. War die Konditionierung erfolgreich, so wird der wiederverwendete Aufnahmewinkel bei der finalen Konfrontation eine Reihe von Assoziationen und Gefühle auslösen, die mit den vorangegangenen Morden in Zusammenhang stehen.

Damit es zu keiner Fehlinterpretation kommen kann, sollte dieser wichtige Einstellungstypus exklusiv für diesen dramatischen Moment genutzt werden. Würde die spezielle Aufnahmetechnik auch unter anderen Situationen eingesetzt werden, so könnte es zu beträchtlichen Irritationen oder Fehlannahmen auf Seiten des Betrachters kommen. Wurde eine unwichtige Nebenfigur aus dem gleichen Winkel heraus gezeigt, so könnten zwei unterschiedliche Szenarien auftreten und beide könnten sich in ungewünschter Weise überlagern. Entweder es setzt sich beim Publikum der bereits mit dem Tätermotiv verknüpfte Stimulus durch und in diesem Fall glaubt der Zuseher, dass von dieser Figur Gefahr ausgeht oder dass es sich sogar um den Mörder selbst handelt. Oder aber der Zuseher erkennt, dass der Stimulus nicht im Zusammenhang mit den bisherigen Morden steht. Dadurch wird der Stimulus abgeschwächt oder mit einer neuen Reaktion verknüpft. Die Kamera so zu positionieren, dass die Einstellung an die Perspektive eines Opfers erinnert, ist zwar naheliegend, zeigt aber nicht die eigentlichen Möglichkeiten der Konditionierung. Statt dessen kann eine Konditionierung mit jedem Stimuli durchgeführt werden und das auch ungeachtet dessen, ob dieser Reiz noch neutral empfunden wird oder schon mit positiven oder negativen Assoziationen verknüpft wurde. Daher soll der oben skizzierte Krimi erneut mit einem veränderten Detail herangezogen werden.

Die Konditionierung erfolgt in diesem Fall über die Farbe Grün<sup>117</sup>. Der erste Mord erfolgt in einem Gewächshaus, wo das Tageslicht durch die Blätter hindurch fällt und die Szenerie in grünes Licht taucht. Der zweite Mord geschieht in einem hellgrün gestrichenen Zimmer. Das Finale findet in einer finsternen Tiefgarage statt und bevor der Mörder erscheint, gehen grüne Neonlichter an, die in ihrer Lichtfarbe an die zwei anderen Tatorte erinnern sollten. Die Assoziation der Gewalttat und die damit verbundene Stressreaktion beim Publikum können so wieder wachgerufen werden, wobei der Zuseher nicht weiß, worauf seine körperliche Anspannung beruht. Als weitere Reaktion wird das Auge des Zusehers im Falle der Tiefgarage über das Bild wandern und nach der zu erwarteten Gefahr suchen. Diese Aktivierung bewirkt eine weitere Verstärkung der Immersion, die erst dann aufgelöst wird, wenn die erwartete Gefahr vorbei ist.

Konditionierung kann daher aus mehreren Gründen immersiv wirken, da sie eine Erwartungshaltung dem Stimulus und somit auch dem Medium entgegenbringt. Mit dieser Hinwendung ist zumindest sensorische Immersion vorhanden. Doch kann die Konditionierung auch dazu benutzt werden, den Rezipienten zum selbständigen Agieren anzuregen. Ist dies gelungen, erweitern sich die Hinwendungsmöglichkeiten des Rezipienten. Neben Sehen und Interpretieren kommt Reagieren hinzu. Durch Konditionierung lernt der Rezipient auf Details zu achten, die unter normalen Umständen wenig bis keine Aufmerksamkeit bekommen würden.

## **IV.7. Schlüsselreize und Attrappen**

Wenn Reize ein ganz bestimmtes Instinktverhalten auslösen, so werden sie Schlüsselreize genannt.<sup>118</sup> Bei den Schlüsselreizen sind es meist unscheinbare Kleinigkeiten, die eine große Wirkung hervorrufen. Die Wahrnehmung eines Schlüsselreizes führt beim Rezipienten zu einer wenig kontrollierbaren inneren Erregung.<sup>119</sup> Werden Schlüsselreize auf künstlichem, abstraktem oder technischem Weg, z.B. auf einer Leinwand oder einem Tonträger wiedergegeben, werden sie als Attrappen bezeichnet. Je nach Beschaffenheit und Stilisierung können diese Attrappen sogar

---

<sup>117</sup> Grün wird deshalb als Beispiel gewählt, weil es in der westlichen Kultur zu den beliebtesten Farben gehört. Wesentliche negative Assoziationen gibt es abgesehen von Giftgrün oder grünem Neid nicht. Hinzu kommen messbare physiologische Wirkungen auf den menschlichen Körper. So wird der Farbe eine eindeutig beruhigende und ausgleichende Wirkung zugeschrieben.

Vgl. Heller, Eva: *Wie Farben wirken*, 2008, S.20.

<sup>118</sup> Vgl. Kroeber-Riel., Werner, Weinberg, Peter: *Konsumentenverhalten*, 2003, S.71.

<sup>119</sup> Conrad Lorenz konnte seine Theorien der Verhaltensforschung basierend auf angeborenen Reflexen mit teilweise skurrilen Attrappen untermauern. So sollen Hühnerküken bedingungslos einem Spielzeugauto gefolgt sein, nachdem sie gelernt haben, dieses als „Muttertier“ zu akzeptieren.

intensiver empfunden werden als natürliche Schlüsselreize. Ein starker Schlüsselreiz führt in der Regel zu einer starken Reaktion. Des Weiteren beeinflusst der innere Antrieb und die Motivation des Rezipienten die Stärke der Reaktion.<sup>120</sup> Schlüsselreize oder Attrappen werden eher den „bedingten“ als den bereits angeborenen „unbedingten Reflexen“ zugezählt, denn sie unterliegen nicht der gleichen Verbindlichkeit, wie es etwa in der Tierwelt der Fall ist. Oft bedarf es jahrelanger Forschung, um bei Tieren festzustellen, ob es nun akustische Signale, Farben, Bewegungen, Berührungen oder Duftstoffe sind, die den „Schlüssel“ darstellen. Wenn man den speziellen Auslöser gefunden hat, genügt eine künstliche Nachbildung (Attrappe), um die gewünschte Wirkung in vollem Umfang auszulösen.

Auf den Menschen ist die Wirksamkeit von Schlüsselreizen umstritten und tatsächlich ist sie nicht allgemein übertragbar, da Reaktionen auch von der individuellen Erziehung und der persönlichen Erfahrung abhängig sind. Spricht man dem Menschen die Möglichkeit der Willensentscheidungen zu, so gibt es keine sichere Möglichkeit vorauszusehen, welche Reaktion ein Schlüsselreiz auslösen wird. Obwohl die Übertragung der Instinkt- und Triebtheorie auf den Menschen wie bereits erwähnt umstritten ist<sup>121</sup>, wird sie von Werbung, Mediengestaltern und Filmemachern rege angewendet. Beispiele dazu sind sexuelle Reize oder das „Kindchenschema“, welches noch im Kapitel Anwendungsbeispiele der Ästhetik in der Filmpraxis auf Seite 49 näher beschrieben wird. Dieses löst eine Zuwendung des Menschen aus (Brutpflegeinstinkt). Auch über den Geruchssinn können Schlüsselreize wirken.

Es stellt sich dabei die Frage, wie weit Düfte in einem Raum die darin befindlichen Empfänger in ihrer Rezeption beeinflussen. Natürlich kann das herkömmliche Kino keine Gerüche vermitteln, wenn man von kuriosen Erscheinungen wie dem Geruchskino und 5D-Kino absieht. Unter 5D verstehen manche Kinobetreiber den kombinierten Einsatz von 3D Projektion mit Geruchsstoffen als vierte und bewegliche Sitze als fünfte Dimension. Es stellt sich die Frage, wieweit eine Menschenansammlung selbst dafür sorgt, dass Duftstoffe und somit z.B. auch Pheromone verbreitet werden. Es wäre ein interessantes Forschungsgebiet, die körperliche Erregung eines Rezipienten beim Filmkonsum und die damit verbundene Ausschüttung von Pheromonen in ihrer Wirkung auf das Saalpublikum zu erforschen. Denkbar wäre es, dass es zu regelrechten Kettenreaktionen und in weiterer Folge zu Fehlattribution kommt. Dadurch glaubt der Rezipient, dass seine positiven oder negativen Empfindungen im direkten Zusammenhang mit den Vorkommnissen auf der Leinwand stehen, obwohl diese in Wirklichkeit von Stimulanzen

---

<sup>120</sup> Vgl. Kroeber-Riel., Werner, Weinberg, Peter: Konsumentenverhalten, 2003, S.71f.

<sup>121</sup> Vgl. Zimbardo, Philip G.: Psychologie. 1995. S.412.



anderer Teilnehmern angeregt wurden. Es muss jedoch betont werden, dass selbst nach fünfzig Jahren Forschung die Wirksamkeit von Duftstoffen als Schlüsselreize auf den Menschen noch immer heftig umstritten ist. Unbestritten ist hingegen, dass der Mensch als „soziales Tier“ von der Stimmung und Meinung der Gruppe beeinflusst wird. Diese Form der Gruppendynamik konnte das Kapitel IV.5.a) Manipulationen während der Vorstellung auf Seite 35 bereits nachweisen. In der Zeit des Nationalsozialismus wurde diese Art der Beeinflussung in Form von ästhetisch ausgefeilten Propagandafilmen eingesetzt.

## **IV.8. Ästhetik zur Steuerung von Empathie**

Suggestion und Konditionierung sind wesentliche Teile der narrativen Stilmittel, die einem Filmemacher zur Verfügung stehen. Durch ihre sensibilisierende Wirkung sind sie auch in Aufklärungsfilmern wirkungsvoll einsetzbar. In Kombination mit *ästhetischen* Bildern kann die Wirkung noch verstärkt werden. Gemeint ist damit, dass subjektiv schöne und angenehme Erscheinungen stärkere Zuwendung erlangen als Objekte, die einschüchtern oder erschrecken. Vielmehr wendet sich der Betrachter instinktiv von all den Dingen ab, die er als hässlich empfindet. Suggestion und Konditionierung können daher vor allem dann effektiv wirken, wenn sie mit einer bildlichen Ästhetik des Anziehenden oder Abstoßenden verknüpft werden. Traurige Berühmtheit erlangte diese Darstellungsart in NS-Propagandafilmen.

Bilder, die uns optisch ansprechen, führen uns viel leichter zu Immersion und Empathie. Wir mögen die Nähe zu dem, was wir als „Schön“ empfinden. Die wohl bemerkenswertesten Beispiele dazu stammen von der umstrittenen Regisseurin und Fotoreporterin Leni Riefenstahl (\*1902 +2003). Ihre propagandistischen Reichstags- und Olympiafilme trugen nicht nur zur Legitimierung und Glorifizierung der NS Machthaber bei, sondern führten auch zu einer bis dahin beispiellosen Perfektionierung von ästhetisch suggestiven Stilmitteln. Unter der Ästhetisierung Riefenstahls ist eine Bevorzugung von allem zu verstehen, das optisch und emotional anspricht. Kameramann und Lehrbuchautor Michael Freeman hat zu dieser Thematik in seinem Buch „Die fotografische Idee: Bildkomposition und Aussage“<sup>122</sup> eine Liste „optisch ansprechender Stilmittel“ erstellt. Als erstes führt er „*Bekanntes*“ an. Damit bestätigt sich die in dieser Arbeit aufgestellte Theorie der machtvollen Wirkung von Wiederholung, sowie die damit verbundene Erfüllung von Erwartung (Antizipation). Des Weiteren finden sich in der Liste „*Satte Farben, Helligkeit, Kontrast, Harmonie, Bildschärfe, „Klarheit“*“ sowie die „*Schönheit*“

---

<sup>122</sup> Vgl. Freeman, Michael: Die fotografische Idee: Bildkomposition und Aussage, München, Markt+Technik Verlag, 2010.

selbst.<sup>123</sup> Wie die Abbildung 13 „Der Turmspringer“ zeigt, vermochte Leni Riefenstahl fast alle Aspekte dieser Idee in einem einzigen Bild zu vereinen. Ihr Ziel war meist das Porträtieren eines „Idealmenschens“. Noch deutlicher war dieses Konzept in „Triumph des Willens“, dem zweiten Reichstagsfilm von Leni Riefenstahl, zu spüren, wie auch Medientheoretiker Oliver Grau feststellt:

[Es] entstand eines der bedrückendsten Zeugnisse kalkulierter Produktion von Emotionen durch Bildmedien, eine Ikone der langen Geschichte der Immersion, welche immer wieder auch dem Ziel unterstellt wurde, rational distanzierteres Denken zu unterminieren. *Triumph des Willens* ist in fast der gesamten Literatur mit dem Etikett „wirkungsmächtigster Propagandafilm des 20 Jahrhunderts“ versehen. [...] Die Monumentalität zeigt sich für denjenigen bedrohlich, der seine rationale individuelle Perspektive nicht der Emotionen produzierenden Bilderwelt anvertrauen will.<sup>124</sup>



Abbildung 13: „Der Turmspringer“ von Leni Riefenstahl von den Olympischen Spielen Berlin 1936 als Beispiel für die Wirkung von idealisierten Bildern im Dienste von Propaganda.

NS-Filmemacher wie Fritz Hippler (\*1906 +2002) nutzten in ähnlicher Weise die Bildästhetik, jedoch mit einer umgekehrten Botschaft. So suggerierte er beispielsweise in „Der ewige Jude“ von 1940 die Vorstellung des kulturlosen und parasitären Juden durch die Visualisierung des Abstoßenden. Im Film kommt es unter anderem zum Vergleich von jüdischen Ghettobewohnern mit Ratten. Durch die Wahl der abstoßenden Bilder verhindert der Filmemacher, dass sich der Zuseher unmittelbar in die (Gefühls-)Welt der

<sup>123</sup> Vgl. Freeman, Michael: Die fotografische Idee: Bildkomposition und Aussage, 2010. S.18.

<sup>124</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Grau, Oliver: Immersion & Emotion – Zwei bildwissenschaftliche Schlüsselbegriffe, In: E-Journal Philosophie der Psychologie, Wien, 15.11.2006. Quelle: <http://www.jp.philo.at/texte/GrauO1.pdf> (13.03.2011).

Juden hineinversetzen kann, denn das würde bedeuten, sich mit der dargestellten Hässlichkeit zu identifizieren. Das auftretende Unbehagen erzeugt die gewünschte Wirkung.

Es war der erste umfassende Einsatz des Films als Mittel der Überzeugung. Eindringliche Bilder und Symbole wurden benutzt, um starke Emotionen wie Angst, Ekel und Resignation hervorzurufen. [...] Ein wenig später entwickelten die Vereinigten Staaten ihr eigenes Programm der >>psychologischen Kriegsführung<< um eine die ganze Nation umfassende, patriotische Unterstützung des Kriegseintritts aufzubauen.<sup>125</sup>

Anziehende und abstoßende Ästhetik werden in der heutigen Filmpraxis, ungeachtet ihrer zweifelhaften Herkunft, als wichtiges Stilmittel eingesetzt. Sie stehen in ihrer Bedeutung an gleicher Stelle wie die Montagetheorien Sergei Eisensteins oder die Erzähltechniken von G. W. Griffith.

## IV.9. Durch Empathie zur Immersion

Die Gefühlswelt einer Figur erschließt sich dem Betrachter erst, wenn er ihre Motive versteht. Empathie [engl. Empathy, zu spätgriech. Empátheia >Leidenschaft<] ist die Voraussetzung für emotionale Immersion. Definiert ist sie als die „[...] Bereitschaft und Fähigkeit, sich in die Einstellung anderer Menschen einzufühlen.“<sup>126</sup>

Empathie ist in den Augen mancher Regisseure und Produzenten so wichtig, dass ihr höchste Priorität zukommt. Beispielsweise berichtet Regisseur und Schauspieler Kenneth Branagh über die Planungsphase der Comicverfilmung „Thor“ (geplant 2011).

One major concern the Thor movie has[...], is that it's a much tougher sell. Mainstream audiences aren't familiar with the Mighty God of Thunder. [...] Even in the case of a god, audiences — paradoxically — enjoy recognizing the human traits. In Thor's case, we are thrilled by his powers, but I think we relate to his emotions. There are some flaws, some foibles, sibling rivalries at work, and romantic entanglements. The way into making a god attractive is to find out where his experience connects to a human one.<sup>127</sup>

<sup>125</sup> Vgl. Zimbardo, Philip G.: Psychologie, 1995, S.711.

<sup>126</sup> Siehe Brockhaus: Sechster Band: DS-WE, 1989, S.352.

<sup>127</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Keyes, Rob: Making `Thor` Accessible to Mainstram Audiences, Hrsg. In: screenrant.com, Vic Holtreman, [Ort unbekannt] 19.02.2011  
Quelle: <http://screenrant.com/thor-movie-accessible-mainstream-audiences-rob-102192/> (03.03.2011).

Emotionale Immersion beruht auf Empathie. Daher kann eine irritierende Filmsequenz, die beim Zuseher Unverständnis oder Ablehnung hervorruft, zur Auflösung oder Verhinderung von emotionaler Immersion führen. Hingegen bleiben sensorische, räumliche und intellektuelle Immersion auch entgegen der Intention des Künstlers oder dem Willen des Publikums weiterhin möglich. Dies ist der Fall, wenn die Rezeption eines unbekanntes Codes einen wesentlichen Aspekt der Interaktion zwischen Medium und Rezipienten darstellt. Deutlich wird dies beim Experimentalfilm, der in der Regel die bestehenden „Hollywoodcodes“ bricht.

Geeignete Methoden zur Erzeugung von Empathie:

1. Anziehende oder abstoßende ästhetische Stimuli. Dazu gehören Konditionierungsstimuli, Schlüsselreize und Attrappen sowie das örtliche und emotionale Setting, in dem eine Figur präsentiert wird.
2. Äußerungen, Aktionen und Reaktionen einer Figur, die Rückschlüsse auf den Charakter oder mentalen Zustand zulassen.
3. Reaktionen anderer Figuren auf die Taten der Hauptfigur. Anhand von diesen Vorbildern lernt der Betrachter die Aktionen der Hauptfigur emotional zu deuten. Dies entspricht einer Suggestion, wie sie im Kapitel IV.5.c) Suggestion auf visueller Ebene auf Seite 38 beschrieben wird.



Abbildung 14: Suggestives Stilmittel in Hollywoodproduktionen. Ein abschreckendes Äußeres als Versinnbildlichung für einen verdorbenen Charakter. In diesem Fall ist es Antagonist „Colonel Miles Quaritch“ (Stephen Lang) in „Avatar“.

## IV.10. Anwendungsbeispiele der Ästhetik in der Filmpraxis

Über äußerliche Signale, wie den Attrappen, beeinflussen Filmemacher die positiven oder negativen Gefühle, die ein Betrachter für eine Figur entwickelt. Dazu gehört auch die Verniedlichung, das sogenannte „Kindchenschema“. Dieses gehört zu den Schlüsselreizen und ist ein schematisch vorgeformtes Bild, das im Betrachter positive Gefühlsassoziationen erzeugt und aus biologischen Gründen existiert.<sup>128</sup> In der Natur dient es dem Schutz von Jungtieren, deren Anblick selbst bei Raubtieren eine Beißhemmung auslösen kann. In den Medien sorgt es dafür, dass das Publikum leichter Zugang zu einer Figur findet. So entspricht nahezu jede Gestalt in einem Disney Zeichentrickfilm dem Schema (siehe Abbildung 15) und auch das Aussehen der computergenerierten Lebewesen im Film „Avatar – Aufbruch nach Pandora“ (2009 – Regie: James Cameron) orientiert sich daran (siehe Abbildung 16). Hinzu kommen im Design dieser Figuren perfekte Proportionen, wie sie in der Theorie des Goldenen Schnittes zu finden sind.



Abbildung 15: Verniedlichungen, wie das Kindchenschema in „Prinzess and the Frog“, sorgt beim Publikum für starke Empathie für das Geschick der Figuren.



Abbildung 16: Die Außerirdischen im Film „Avatar“ verfügen nicht nur über menschliche Mimik, ihre Gesichtszüge basieren zusätzlich auf dem Kindchenschema.

Neben der äußerlichen *Beschaffenheit der Figuren* ist das Setting, in dem sich die Figuren befinden, von Bedeutung. Im Film „District 9“ (2009) von Neill Blomkamp erschreckt nicht nur das Äußerliche der Außerirdischen den Betrachter. Auch der „menschenunwürdige“ Slum aus Abbildung 17 und 18 in dem die Außerirdischen wohnen, verhindert, dass sich der Betrachter körperlich oder emotional nähern will. Dadurch mangelt es dem Zuseher an Empathie für das Schicksal der auf der Erde gestrandeten Außerirdischen. Weiter kann der Betrachter durch das Fehlen menschlicher Gesichtszüge weniger Rückschlüsse auf

<sup>128</sup> Vgl. Kronsteiner, Nicole: Strategien der Werbung im Fernsehen. 2009. S.22

die Emotionen der Außerirdischen ziehen. Erst im Laufe der Filmhandlung kommt es zu einem „Die Schöne und das Biest“ Effekt. Der Betrachter lernt, sich nicht von den äußerlichen Umständen beeinflussen zu lassen. „Avatar“ und „District 9“ sind in dieser Hinsicht bemerkenswerte Beispiele, da sie sich in ihrer Thematik und der Entwicklung der Figuren stark ähneln, hingegen im Einsatz von anziehender oder abstoßender Ästhetik grundsätzlich unterscheiden. Beide Geschichten zeigen hilflose Außerirdische, die von einer technisch überlegenen, jedoch moralisch verworfenen menschlichen Gesellschaft in ihrer Existenz bedroht werden. In beiden Filmen wird einer der Menschen durch äußere Umstände selbst zu einem Außerirdischen. Durch den damit verbundenen Perspektivenwechsel wandelt sich der Protagonist zu einem moralisch besseren „Menschen“, obwohl er am Ende der Geschichte äußerlich ein Außerirdischer bleibt. Dabei kann sich das Publikum in Avatar viel leichter mit den Wesen und ihrer Welt identifizieren, denn im Gegensatz zu den abschreckenden Slums in Distrikt 9 wohnen die



Abbildung 17: Durch das abschreckende Äußere kann der Zuseher im Film "District 9" nur mit Überwindung Empathie für die Protagonisten entwickeln.

Außerirdischen im Film Avatar in einem märchenhaften immergrünen Naturparadies mit Wasserfällen, schwebenden Bergen und Tieren, auf denen man reiten und fliegen kann. Damit bietet Avatar zusätzlich zu seiner gefälligen Ästhetik auch einen weiteren Anreiz für Immersion, da es Wunschträume wie das Fliegen thematisiert. Generell eignen sich

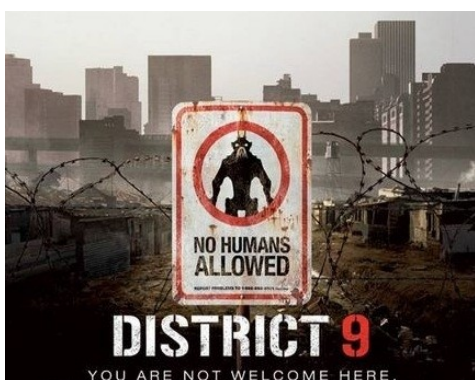


Abbildung 18: Die Umgebung beeinflusst die Sichtweise auf die Figuren. Webegraphik für den Film "Distrikt 9".

Motive aus allgemeinen Wünschen, versteckten Leidenschaften, Allmachtsphantasien aber auch aus Ängsten. So stellt Margarete Keilhacker fest: „Kinder [werden] vor allem von Situationen der Vereinsamung und Verlassenheit stark beeindruckt, womit sich experimentell die natürliche Angewiesenheit des Kindes auf familiäre Geborgenheit herausstellte“.<sup>129</sup> So besitzt jede Zielgruppe Vorlieben und Abneigungen, mit denen man sie zu besonders starker Immersion führen kann.

<sup>129</sup> Siehe Keilhacker, Margarete. Filmische Darstellungsformen im Erleben des Kindes. 1967. S.122.

## IV.11. Lasse ich mich eintauchen oder tauche ich selbst ein?

Es gibt zwei Zustände, in die man als Filmemacher sein Publikum versetzen kann und beide Arten führen zu völlig unterschiedlich empfundener Immersion. In dem einen Fall wird der Zuseher in die erzählte Welt geführt oder sogar entführt, in dem anderen Fall liefert der Filmemacher ein Grundgerüst und der Zuseher muss sich zum Teil selbst darin orientieren. Am besten kann man die Ansätze mit einem Vergleich der Genres Horrorfilme und Thriller verdeutlichen.

### Horrorfilme

Das Schlüsselement des Horrorfilms ist die Überraschung. Sie reist den Zuseher in die diegetische Welt und Handlung. Held und Rezipient bilden in der Regel eine narrative Einheit. Was den Helden überrascht, ahnte auch der Zuseher nicht. Dabei wird vor allem sensorische, räumliche und emotionale Immersion erlebt. Die Zuseher wollen Bewegung „sehen“ und Lautstärke „spüren“. Dabei profitieren sie von verbesserten Wiedergabetechniken wie 3D oder Surround Sound. Gedanklich bleibt der Zuseher eher passiv und lässt sich auf eine Reise mitnehmen. Heldengeschichten wie Star Wars, Matrix, Avatar und sogar die Neuverfilmung von Alice im Wunderland entsprechen zumeist diesem Schema.

### Thriller

Der Thriller hingegen nutzt eher die Vorstellungskraft des Betrachters. Er bringt diesen in Erwartungshaltungen und lässt ihn in Gedanken Szenarien durchdenken. Durch diese Beschäftigung erfolgt ebenfalls eine starke Hinwendung zur diegetischen Welt. Meist hat man es mit einer Sonderform des „Fish out of the Water“<sup>130</sup> Motives zu tun, denn der Zuseher besitzt in der Regel mehr Wissen als der Protagonist. Er ist ihm immer einen Schnitt voraus und denkt somit vermehrt daran, was der Figur als nächstes passieren könnte. Es tritt emotionale und intellektuelle Immersion ein. Diese Erzähltechnik ist deshalb vor allem für Thriller geeignet, denn selbst wenn schlussendlich nicht viel passiert ist, ändert es nichts am Immersionszustand, da der Zuseher verleitet wurde, sich verschiedene Schreckensszenarien gedanklich auszumalen. Alfred Hitchcock beschreibt das Konzept folgendermaßen:

Der Unterschied zwischen Suspense und Überraschung ist sehr einfach [...]. Wir reden miteinander, vielleicht ist eine Bombe unter dem Tisch, und wir haben eine ganz gewöhnliche Unterhaltung, nichts besonders passiert, und plötzlich, bumm, eine Explosion. Das Publikum ist überrascht, aber die Szene

---

<sup>130</sup> Siehe dazu das Kapitel IV.4) „Fish out of the Water“ auf Seite 34.

davor war ganz gewöhnlich, ganz uninteressant. Schauen wir uns jetzt den Suspense an. Die Bombe ist unterm Tisch, und das Publikum weiß es. [...] Das Publikum weiß, dass die Bombe um ein Uhr explodieren wird, und jetzt ist es 12 Uhr 55 – man sieht eine Uhr –. Dieselbe unverfängliche Unterhaltung wird plötzlich interessant, weil das Publikum an der Szene teilnimmt.<sup>131</sup>

Die Erzähltechnik profitiert daher von phantasieanregenden Stilmitteln wie Andeutungen, Mehrdeutigkeiten oder Abstraktionen. Ein Kameramann kann ebenfalls durch eine offene oder sogar irreführende Blicklenkung dafür sorgen, dass der Zuseher eine erhöhte Aufmerksamkeit<sup>132</sup> aufbringen muss, um den Bildern folgen zu können. Je undurchsichtiger sich die Situation darstellt, umso höher ist die Zuwendung und umso höher ist die Immersion. Eine verbesserte Wiedergabetechnik kann unter Umständen kontraproduktiv wirken. So gibt es Situationen, in denen eine Handkamera einer fahrbaren Studiokamera vorzuziehen ist.

#### **IV.12. Antizipation - Das Erzeugen von Erwartungshaltung**

Erwartungshaltungen zu kreieren oder zu beeinflussen ist von großer Bedeutung in narrativen Filmen. Die dabei erzeugte Immersion kann außerordentlich intensiv wirken, wie der Auszug aus einer Studie<sup>133</sup> zu Reaktionen von Kindern im Alter von 6 bis 9 Jahren zeigt. *„Der zweite Aufbruch von Hänsel und Gretel beschäftigt die Kinder zunächst sehr, weil sie erwarten, daß jetzt etwas passiert. [...] Große Freude macht es allen Zuschauern, daß sie bereits wissen, wie es weitergeht.“*<sup>134</sup> Da die Kinder mit dem Märchen vertraut sind, bewirkt die Erfüllung ihrer Erwartungshaltung eine Erregung und Befriedigung zugleich. Bemerkenswerterweise erreicht die Immersion noch vor der finalen Konfrontation einen Höhepunkt. *„Wie dann das Waldhaus durch die Bäume schimmert, sind alle Zuschauer gefesselt.“*<sup>135</sup> Um diese starke eintauchende Wirkung auch mit nicht vertrauten Geschichten zu erzielen, muss die Erwartungshaltung vom Film selbst erzeugt werden. Wenn Ereignisse oder Zusammenhänge bereits vor ihrem eigentlichen Auftreten thematisiert werden, spricht man von „epischer Vorausdeutung“. Durch dieses wichtige erzählerische Mittel steigt auch die Schlüssigkeit der Handlung. Im Englischen hat sich eine genauere Differenzierung in *Planting and Payoff* sowie *Foreshadowing* etabliert.

<sup>131</sup> Siehe Truffaut, Francois: Mr. Hitchcock, wie haben Sie das gemacht?, 2001, S.64.

<sup>132</sup> Mit der erhöhten Aufmerksamkeit ist natürlich auch eine erhöhte Anstrengung für den Rezipienten verbunden. Filmgestalter müssen daher Sorge tragen, ihr Publikum nicht mit Reizen zu überfordern.

<sup>133</sup> Die Studie ist zwar aus dem Jahre 1967 und damit veraltet, trotzdem haben die Beobachtungen und die darauf basierenden Schlussfolgerungen noch immer Gültigkeit.

<sup>134</sup> Siehe Keilhacker, Margarete: Filmische Darstellungsformen im Erleben des Kindes, 1967, S33.

<sup>135</sup> Siehe Keilhacker, Margarete: Filmische Darstellungsformen im Erleben des Kindes. 1967. S33.



## IV.12.a. Planting and Payoff



Abbildung 19: In „Zurück in die Zukunft“ (1985, Regie Robert Zemeckis) erfährt Protagonist Marty, dass im Jahr 1955 ein Blitz in die Rathausuhr eingeschlagen hat (Planting). Im Verlauf der Filmhandlung reist Marty ungewollt ins Jahr 1955 und nutzt genau diesen Blitz (Payoff), um wieder in die Gegenwart zu gelangen.



Abbildung 20: Am Anfang der Geschichte wird etabliert, dass Marty (Michael J. Fox) ausgezeichnet Gitarre spielt (Planting). Diese Fähigkeit wird ihm später helfen, als Musiker in einer Band einzuspringen (Payoff). Auffällig oft findet der Moment von Planting und Payoff unter ähnlichen Kameraperspektiven bzw. Inszenierungen statt, um den narrativen Zusammenhang auch visuell zu verbinden.

Planting and Payoff (Säen und Ernten) ist eine Erzählstrategie, die gezielt Informationen einstreut, um sie im späteren Verlauf der Handlung nützen zu können. Verfügt beispielsweise eine Figur über eine außergewöhnliche Fähigkeit, die für die Handlung wichtig ist, so wird dies bereits zu einem frühen Zeitpunkt thematisiert. Die Abbildung 20 zeigt dazu ein Beispiel. Ohne diese Vorarbeit kann es zu Verwirrung oder Irritation kommen. Der Payoff ist daher der Moment, an dem das Planting seine Erfüllung findet. Sollen z.B. spezielle Ängste einer Figur für einen Wendepunkt der Handlung (Plot Point) genutzt werden, so kann die Angst mittels Planting bereits zuvor etabliert werden, damit der Konfliktmoment (Payoff) schlüssig und aufregend erscheint. Die Angst wird quasi „eingepflanzt“. Planting sollte subtil erfolgen, damit der geplante Payoff nicht offensichtlich wird und die angestrebte Wirkung verliert. Ob die Immersion dadurch beeinträchtigt wird, hängt auch von den Konventionen des Genres ab und von den Erwartungen des Rezipienten. In Komödien kann ein durchsichtiges Planting ein erwünschtes Stilelement sein. Es ist daher zu unterscheiden, ob das Planting bewusste oder unbewusste Antizipation erzeugt. Bewusste Antizipation liegt vor, wenn das Plantingelement auf unverschlüsselte Weise und unübersehbar eingeführt wird und daher im Rezipienten eine eindeutige Erwartungshaltung erzeugt. Keine der beiden Arten ist aus Sicht der Immersion besser oder schlechter. Bei einem offensichtlichen Planting erfolgt der stärkste Moment der

Eintauchung vor dem Payoff, im anderen Fall danach. Nahe verwandt mit dieser Technik ist der Red Herring.

#### IV.12.b. Falsche Fährte - Red Herring

Eine Anekdote zur Wortherkunft von Red Herring besagt, dass Flüchtlinge mittels des intensiven Geruchs von gepökeltem Hering die auf sie angesetzten Spürhunde ablenken konnten. Der Red Herring im Film führt den Zuseher auf narrativer Ebene auf eine falsche Fährte oder es werden vom Filmgestalter bewusst missverständliche Szenarien angedeutet, um die Erwartung des Zusehers in eine gewünschte Richtung zu lenken. Dabei wird die „Falsche Fährte“ so inszeniert, dass sie bewusst wahrgenommen werden kann. Je nach Situation könnte es der Zuseher für ein Plantingelement halten und nun auf dessen Payoff warten. Z.B. benimmt sich eine Figur in einem Kriminalfilm verdächtig, indem diese vor einem Bankschalter tritt und gleichzeitig eine Hand in der Jackentasche hält, aus der die Umrisse eines waffenähnlichen Gegenstandes hervortreten. Der Zuseher wird diese Figur als Bankräuber interpretieren und dementsprechend auf einen Raub (Payoff) warten. In Wirklichkeit stellt sich die Figur als harmlos heraus und etwas ganz anderes erlangt Bedeutung.<sup>136</sup> Die „Falsche Fährte“ ist natürlich in allen Genres anwendbar. Auch in der Komödie, wo es oft die Funktion der Pointe übernimmt. Hitchcock wollte im Film Psycho aus dramaturgischen Gründen möglichst lange die Tatsache verheimlichen, dass die Mutter, in deren „Auftrag“ der schizophrene Mörder handelt, bereits tot ist. Er nutzt dabei das Stilmittel der Reizverarmung. D.h. er reduziert die äußeren Reize soweit, dass sich Rezipienten umso intensiver auf das noch Vorhandene konzentrieren.

„Ich habe also die Kamera oben aufgehängt. Sie folgt Perkins, wenn er die Treppe heraufkommt, er geht in das Zimmer und aus dem Bild, aber die Kamera steigt ohne Schnitt weiter, und wenn wir über der Tür sind, dreht sich die Kamera und schaut wieder nach unten zur Treppe. Und damit sich das Publikum nicht fragt, was diese Bewegung bedeutet, lenken wir es ab, indem wir es einen Streit zwischen Mutter und Sohn mitanhören lassen. Die Aufmerksamkeit des Publikums ist immer so auf den Dialog gerichtet, daß es nicht mehr daran denkt, was die Kamera macht, und so sind wir jetzt in der Vertikale und das Publikum

---

<sup>136</sup> Der Filmemacher kann durch seine Inszenierung einzelnen Dingen mehr oder weniger Bedeutung verleihen. Diese „Wichtigkeit“ hat direkte Auswirkungen darauf, ob es der Rezipient überhaupt wahrnehmen kann, denn Unwichtiges wird automatisch aus der Wahrnehmung verdrängt. Mehr zu diesem Thema im Kapitel V.3 Verstärkt die Perfektionierung der Filmtechnik den individuellen Filmgenuss? auf Seite 66.

wundert sich nicht darüber, Perkins, wie er seine Mutter trägt, aus der Vertikalen zu sehen, von oberhalb ihrer Köpfe.

Das war wirklich aufregend für mich, die Kamera zu benutzen, um das Publikum irrezuführen“. <sup>137</sup>

#### IV.12.c. Foreshadowing

Eine weitere Variante des Planting and Payoff ist das Foreshadowing. Es bedeutet „Vorahnung“ und dient meist zur Andeutung künftiger Ereignisse. Foreshadowingelemente haben meist keine direkte Bedeutung für die Figuren. Meist kann nur der Zuseher das Foreshadowingelement wahrnehmen oder zumindest richtig deuten. Der Filmgestalter will damit den Betrachter in eine von ihm gewünschte Stimmung oder Erwartungshaltung versetzen. So etabliert die zweite Titeleinblendung in „Das Boot“ 1981 von Wolfgang Petersen (Abbildung 21),

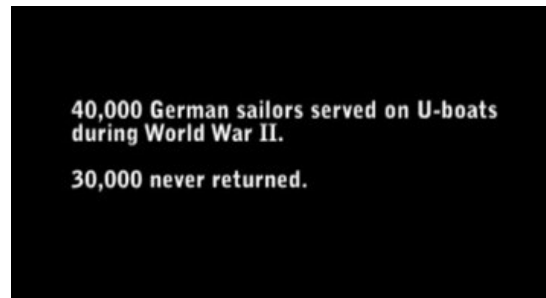


Abbildung 21: Erschreckender Einleitetext als Foreshadowingelement im Film "Das Boot" 1981 von Wolfgang Petersen.

dass es in der Geschichte mit großer Wahrscheinlichkeit um lebensbedrohliche Situationen für eine U-Bootbesatzung gehen wird. Die Textbotschaft wird vom Zuseher als eine unheilvolle Prophezeiung verstanden, die als „Schatten“ den Film begleitet. Im Vorspann der Gaunerkomödie „Catch me if you can“ (2002, Regie: Steven Spielberg), werden über Grafikanimation Höhepunkte der Haupthandlung angedeutet (Siehe Abbildung 23). Auch von diesem Wissen können nur die Zuseher, nicht aber die Figuren, profitieren. Nebenbei werden die Betrachter durch diesen Vorspann auf eine ereignisreiche Handlung eingestimmt und sie werden die geradezu phantastischen Entwicklungen eher akzeptieren. Durch die anfängliche Erwähnung im Vorspann gewinnt eine Situation an Bedeutung und führt gemäß der Intention des Filmemachers zu einer erhöhten Aufmerksamkeit des Publikums zum entsprechenden Zeitpunkt. Foreshadowing lehrt daher den Zuseher auf etwas zu achten, über dessen Bedeutung er sich noch nicht im Klaren sein kann. Auch im Film „Zurück in die Zukunft“ kann nur der Zuseher von den Informationen profitieren, die ihm eine lange Kamerafahrt durch eine Erfinderwerkstatt offenbart. Es werden Handlungsorte und Gegenstände gezeigt, die im späteren Handlungsverlauf wichtig werden. So ist die Villa von „Doc“ Brown auf einem Photo zu sehen. Eine wichtige Videokamera liegt im Bildhintergrund, mit der Marty wertvolle Informationen festhalten wird. Selbst wenn der Zuseher diese Bilder vergisst, weil er sie nicht zuordnen kann, werden sie dennoch unbewusst wahrgenommen und sorgen dafür, dass ein

<sup>137</sup> Truffaut, Francois: Mr. Hitchcock, wie haben Sie das gemacht?, 2001, S.268f.

undurchsichtiger Handlungsverlauf plausibel erscheint. In diesem Sinne dienen Planting and Payoff und Foreshadowing dem gleichen Zweck.



Abbildung 22: Humorvolles Foreshadowing in "Zurück in die Zukunft" 1985 von Robert Zemeckis. Eine Uhr in der Werkstatt von Dr. Brown thematisiert eine gefährliche Situation, in dem sich die Figur später selbst befinden wird. Auch wenn dieses Foreshadowingelement nicht bewusst wahrgenommen wird, steigert es die Plausibilität des Ereignisses.

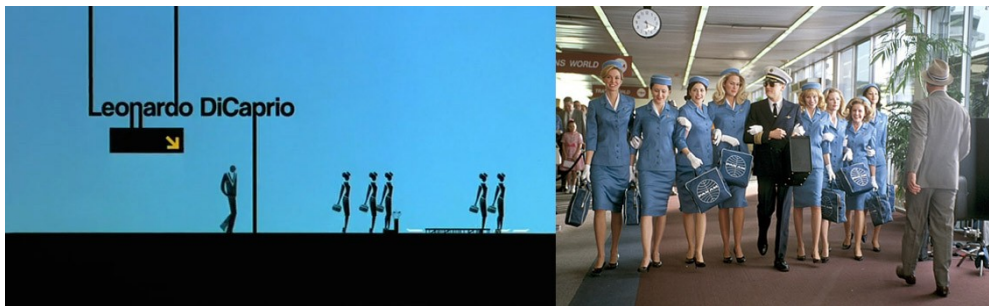


Abbildung 23: In „Catch me if you can“ (2002, Regie: Steven Spielberg). zeigt eine stilisierte Animation während des Vorspannes Höhepunkte der Handlung. In der rechten Abbildung mischt sich Hauptdarsteller Leonardo Di Caprio tatsächlich in eine Gruppe von Stewardessen, um seinen Verfolgern zu entkommen. Der Zuseher tritt diesen und anderen Momenten mit erhöhter Aufmerksamkeit entgegen.

### IV.13. Emotionale Ventilscenen

Selbst wenn ein Erzählmuster extrem immersiv wirkt, droht bei fehlender Abwechslung die Gefahr, den Betrachter auf längere Zeit zu ermüden.<sup>138</sup> So wird vom Filmgestalter üblicherweise darauf geachtet, den Handlungsverlauf mit maximaler Abwechslung zu kontrastieren. So wird Spannendes mit Beruhigendem ausgeglichen und auf Information folgt Unterhaltung. Neben dem Regenerationseffekt für das Arbeitsgedächtnis kann dies als sogenanntes „Emotionales Ventil“ dienen. Denn eine ununterbrochene Anspannung, wie sie von Immersion verursacht werden kann, setzt Menschen unter erhöhtem Stress. Vor allem wenn Anspannung auf emotionaler Ebene stattfindet, kann es zur Überforderungserscheinungen kommen. So z.B. wenn ein Zuseher starke Empathie für eine Figur empfindet, der Leid zugefügt oder Gewalt angetan wird. Normalerweise würde sich jeder Beteiligte dieser Gefühle mit entsprechenden Emotionsäußerungen wehren.

<sup>138</sup> Die Ermüdung tritt durch die monotone Belastung eines oder mehrerer Gehirnareale auf, bedingt durch die begrenzte kognitive Leistungsfähigkeit des Gehirns.

Dieses „Reagieren“ ist jedoch durch die passive Rolle des Zusehers nicht nur nutzlos, sondern wird auch gesellschaftlich als unangebracht angesehen. So ist das offene Zeigen von Angst oder Rührung im heutigen westlichen Kinobetrieb vor allem bei Männern tabuisiert. Nur sehr wenige der möglichen Reaktionen wie Lachen sind erlaubt, sofern die Handlung tatsächlich komische Elemente aufweist. Doch gerade in solchen Genres, wo Emotionen unterdrückt werden, können „unangebrachte“ Reaktionen auftreten. So hört man in brutalen Action- oder Kriegsfilmvorführungen immer wieder ein Angstlachen aufkommen. Um den emotionalen Stress auf Seiten des Publikums zu entschärfen, schaffen Filmemacher im Anschluss an problematische Filmsequenzen aufheiternde Szenen, an denen man sich die angestauten Emotionen „ablachen“<sup>139</sup> kann. Daher sollten Drama, Horror oder Actionfilme zum Zwecke möglichst lang andauernder Immersion und zur Verhinderung von unpassenden Gefühlsausbrüchen über möglichst viele emotionalen „Ventilszenen“ verfügen. Besonders für Kinder kann die emotionale Beanspruchung zur Überforderung führen. Daher werden speziell für diese Zielgruppe vermehrt „Ablach-Szenen“ eingebaut. D.h. ein Finale (Klimax) hoher Anspannung sollte mit einer umso humorvolleren Auflösung ausgestattet werden.<sup>140</sup> Diese Strategie von sich abwechselnden Reiztypen zur Revitalisierung des Publikums ist auch in der Filmmusiktheorie von Bedeutung. So beschreibt der Filmkomponist und Musikwissenschaftler Enjott Schneider (Die Flucht 2007, Schlafes Bruder 1995 ) bei einem Werkstattbericht zum Thema Filmmusik im Jahr 2007, dass sein Ideal einer Filmmusikgestaltung aus einem stetigen Wechsel von musikalischer Informationsvermittlung und Unterhaltung ähnlich der Form einer Sinuswelle bestehe.

---

<sup>139</sup> Das Stilmittel einer emotionalen Ventilszene mit dieser Funktion wird von manchen Filmgestaltern und Filmtheoretikern wie Christian Mikunda tatsächlich als das „Ablachen“ bezeichnet.

<sup>140</sup> Ähnlich beschreibt die Thematik ein bereits älterer Forschungsbericht über die körperlich-seelischen Befindlichkeiten von Kindern bei Filmvorführungen, der in seiner Schlussfolgerung auch heute noch Gültigkeit besitzt.  
„Obwohl mit den zur Verfügung stehenden Meßmethoden physiologische Ermüdungserscheinungen nicht präzise feststellbar waren, zeigten sich dem Beobachter mit zunehmender Dauer des Films Erscheinungen körperlicher Ermüdungen, die durch das Ruhig-Sitzen bedingt sein dürfen. [...] Wichtiger als die Tatsache, daß ein eineinhalb stündiges Ruhigsitzen dem kindlichen Bewegungsdrang zuwiderläuft und nur durch die starke Suggestivkraft des Films gewissermaßen erzwungen wird, ist der Umstand, daß im Film auf eineinhalb Stunden zusammengedrängt außergewöhnliche, im Alltag der Kinder nur von Fall zu Fall vorkommende Begebenheiten und Erscheinungen konzentriert dargeboten werden. Diese Dichte des Geschehens, die Raffung der Zeit, die Fülle an Eindrücken verlangt zur Verarbeitung vom Kind ein großes Maß an seelisch-geistiger Energie.“  
Siehe Keilhacker, Margarete: Filmische Darstellungsformen im Erleben des Kindes, 1967, S.112.

## IV.14. Kamerafahrt und Brennweite

Kamerafahrten sind ein sehr wertvolles narratives Stilmittel. Besondere Bedeutung kommt den extrem langsamen Kamerafahrten zu. Jede Form der Kamerafahrt hat aber ihre Berechtigung und ihre Eigenheiten. Um Fahrbewegungen effektiv einzusetzen, sind noch andere Faktoren von Bedeutung:

### IV.14.a. Über Parallaxe und die Wahl des Objektivs

Neben Fahrtrichtung und Geschwindigkeit sind die Wahl der Objektivbrennweite und das Auftreten von Parallaxerscheinungen<sup>141</sup> entscheidend.

Ein alltägliches Beispiel soll die Wichtigkeit der Parallaxe zur Vermittlung von Bewegungseindrücken veranschaulichen:

Blickt man während einer Zugfahrt auf eine weiträumige Gegend, so scheint sich der Horizont nur sehr langsam oder gar nicht zu bewegen. Erst durch die schnellen Bewegungen von Objekten im Vordergrund wie Bäume oder Sträucher entsteht eine Vorstellung von der aktuellen Geschwindigkeit. Beim Blick aus einem Flugzeugfenster, fehlt dieser Bewegungseindruck und so erscheinen auch Reisegeschwindigkeiten von bis zu 1000 Kilometer pro Stunde unspektakulär. Locations Scouts sind sich bei der Suche nach geeigneten Drehorten dieser Anforderung bewusst und wählen bevorzugt Orte aus, die nicht nur eine gute Tiefenwirkung versprechen, sondern viele Parallaxenpunkte im Raum zulassen. Mangelt es an diesen Punkten verteilen erfahrene Kameramänner und Set Designer eigens ausgewählte Objekte im Raum. Das können Menschen, Pflanzen oder Möbelstücke sein. Zusätzlich zur den Parallaxeneffekten beeinflusst die verwendete Objektivbrennweite (Focal Length) den Eindruck von Bewegung. Bei Weitwinkelobjektiven mit geringen Brennweiten lassen sich beispielsweise mehr Objekte im Raum darstellen, die sich relativ zu einander schneller zu bewegen scheinen. Durch Verzerrungseffekte bei extremen Weitwinkelobjektiven können die Bewegungen am Bildrand noch dramatischer erscheinen. Durch Teleobjektive hingegen ändert sich die Größe von Objekten bei Bewegung in der Raumtiefe nur wenig bis gar nicht, da die Objekte scheinbar näher zusammenrücken. Daher fällt es schwerer, die tatsächlich zurückgelegten Distanzen wahrzunehmen. Dieses fehlende Distanzempfinden tritt jedoch nur bei Bewegung entlang der optischen Achse auf, also bei einer Bewegung in Blickrichtung.

Kamerafahrten sind zwar in alle Richtungen und mit jeder Geschwindigkeit möglich. Für Spielfilme wird jedoch die vorwärts gerichtete Kamerafahrt (forward tracking) bevorzugt

---

<sup>141</sup> Beispielsweise von einem Parallaxenfehler spricht man beim ungenauen Ablesen eines analogen Messgerätes. Blickt man schräg auf das Instrument, dann wird die Ablesung ungenau, weil der Zeiger immer einen kleinen Abstand zur Skala besitzt.

eingesetzt. Eine rückwärts gerichtete Kamerafahrt (backward tracking) wird selten genutzt. Sie wird als irritierend empfunden, denn Menschen bewegen sich auch im Alltag nicht rückwärts, während ihr Blick nach vorne gerichtet ist. Kamerafahrten werden in der Regel genutzt, um einer Filmfigur zu folgen oder um dem Zuseher eine Vorstellung einer Räumlichkeit zu vermitteln. Eine Kamerafahrt kann so eine ganze Reihe von Standbildern und Schwenks ersetzen. Für das menschliche Gehirn ist jede unerwartete Ortsveränderung anregend, da sie den menschlichen Orientierungsreflex<sup>142</sup> aktiviert. Vor allem schnell vorbeiziehende Objekte sorgen für aktivierende Impulse. Eine vorwärts gerichtete Kamerabewegung entspricht der natürlichen Art, einen Ort zu erkunden. Wir begrüßen Menschen oder nehmen Gegenstände in Augenschein, indem wir auf sie zugehen. D.h. ein tracking forward Shot verleiht den Dingen mehr Bedeutung. Eine rückwärts gerichtete Kamerafahrt (tracking backward shot) hingegen stellt keineswegs die simple Sinnumkehrung des tracking forwards dar. Das Gegenteil kann eintreten. Würde das Objekt nicht mehr interessieren, könnte man sich davon einfach abwenden. Wenn sich der Beobachter hingegen von einem Objekt entfernt, „ohne es dabei aus den Augen zu lassen“, unterstreicht dies umso mehr seine Wichtigkeit. Dies erfolgt jedoch aus völlig unterschiedlichen Gründen. Vielleicht handelt es sich um eine Gefahr von der sich jemand entfernt, aber aus Sicherheitsgründen nicht abwenden will? Vielleicht dient es zur Ehrerbietung, wie es die Etikette auch heute noch in den sakralen und aristokratischen Bereichen vorschreibt. Dabei ist es wichtig zwischen normalen und extrem langsamen Kamerafahrten zu unterscheiden. Bewegt sich die Kamera schnell, so dient dies meist zur Orientierung des Zusehers (Reveal Track). Ist sie hingegen sehr langsam, wird sie wahrscheinlich dazu genutzt, um zwischenmenschliche Beziehungen zu verdeutlichen und die Empathie eines Zusehers zu beeinflussen. Erfolgt die Kamerafahrt unter letztgenanntem Motiv, sollen erstmals die Begriffe immersive und emersive tracking eingeführt werden.

#### IV.14.b. Immersive und Emersive Kamerafahrt

Bevor diese narrative Technik näher beschrieben wird, soll der soziale Aspekt von Nähe und Distanz betrachtet werden. Trifft man auf einen fremden Menschen, hält man in der Regel einen gewissen Respektsabstand ein. Auch zu „verdächtigen Subjekten“ ergibt sich automatisch ein Abstand, welcher der Situation angemessen ist. Kameramänner können sich von diesen Alltagserfahrungen inspirieren lassen und genau den Abstand oder die Nähe wählen, die sie für die Figur oder Situation angemessen halten. Wird eine Mindestdistanz nicht eingehalten, kann eine Figur aufdringlich oder bedrohlich wirken.

---

<sup>142</sup> Mehr zu diesem Thema in Kapitel IV.6.b) Orientierungsreflexe auf Seite 39.

Auch die Distanz zwischen den Figuren ist von großer Bedeutung, denn sie ist ein Gradmesser für das soziale oder emotionale Gefüge zweier Personen oder einer Gruppe. Hitchcock beschreibt dies in ähnlicher Weise in einer Betrachtung über seinen Film *Rope* aus dem Jahr 1948, der im Deutschen als „Cocktail für eine Leiche“ bekannt ist. Dieser Film zeichnet sich dadurch aus, dass während seiner gesamten Länge von 80 Minuten keine Schnitte zu bemerken sind. Selbstverständlich wurde immer wieder an günstigen Stellen „unsichtbar“ geschnitten. In Augenblicken, in denen sich kein Darsteller im Bild befindet und die Kamera unbemerkt angehalten werden kann. Die Kamera läuft also scheinbar ohne Unterbrechung. Im Filmbereich werden diese extrem lang andauernden Aufnahmen als „Plansequenzen“ und im englischen als „Single-Shot-Sequence“ oder „Long Take“ bezeichnet. Im analogen Film zu Zeiten Hitchcocks war die Dauer einer Plansequenz von der Länge der Filmrolle abhängig. In eine Kamera passten damals Filmrollen mit etwa 10 Minuten Lauflänge. Auch wenn der 80 Minuten Film technisch gesehen aus 11 Schnitten besteht, enthält er narrativ betrachtet nur eine einzige Einstellung. Hitchcock versprach sich durch das Fehlen der Schnitte und dem damit fehlenden Störreiz eine stärkere immersive Wirkung. Bei üblicher Bildmontage muss sich das Auge bei einem Perspektiven- oder Motivwechsel stets neu orientieren, was Hitchcock vermeiden wollte.

Doch diese Sorge ist insofern unbegründet, da selbst durch einen ungünstigen oder unmotivierten Schnitt, in der beispielsweise der emotionale Fokus auf eine Figur sprunghaft abbricht, eine sensorische Immersion bestehen bleibt. Falls der unerwartete Übergang einen Orientierungsreflex auslöst, kann sich die sensorische Immersion sogar vertiefen. Bei der schwierigen Inszenierung von Plansequenzen besteht umgekehrt die Gefahr, uninteressante und langweilige Bilder zu generieren. Mittels der modernen Kameratechnik und entsprechender Postproduktion kann dieses immer besser verhindert werden.<sup>143</sup> Hitchcock war jedoch von der Wirkung der Plansequenz enttäuscht und betrachtete seine ästhetische Entscheidung im Nachhinein als Fehler.

„Das hat mich auf die etwas irre Idee gebracht, einen Film zu drehen, der nur aus einer einzigen Einstellung besteht. Jetzt, wenn ich darüber nachdenke, ist mir völlig klar, daß das idiotisch war, denn ich brach mit all meinen Traditionen und verleugnete meine Theorie von der Zerstückelung des Films und von den Möglichkeiten der Montage, eine Geschichte visuell zu erzählen. [...] Die Kamerabewegungen und die Bewegungen der Schauspieler entsprechen genau meiner üblichen

---

<sup>143</sup> So zeigte der Film „*Children of Men*“ (2006, Regie: Alfonso Cuarón) in teilweise bis zu 8 Minuten langen Action-Plansequenzen neue Möglichkeiten auf. In ihrer Komplexität wären solche Aufnahmen in Hollywood vor der digitalen Revolution undenkbar gewesen.



Schnittmethode. Das heißt, ich hielt mich weiter an das Prinzip, die Proportionen der Bilder zu verändern im Verhältnis zur emotionalen Wichtigkeit der einzelnen Momente.“<sup>144</sup>

Für Filmemacher ist nicht nur die Position der einzelnen Figuren interessant, sondern auch die Bewegungsrichtung der Kamera selbst, da diese den emotionalen Blickwinkel des Zusehers beeinflusst. Nähert man sich durch eine Kamerafahrt einer anderen Person, gewinnt man automatisch auch emotionale „Nähe“, denn mit abnehmender Distanz steigt die Empathie, die ein Beobachter für eine Figur empfindet. Die immersive Kamerafahrt muss so langsam erfolgen, dass sie nicht mit dem Erkunden eines Raumes verwechselt werden kann. Oft ist die Fahrt so langsam, dass sie gar nicht als Bewegung wahrgenommen wird. Die immersive Kamerafahrt kommt in manchen Hollywoodproduktionen wie „Inception“ (2010, Regie: Christopher Nolan) beinahe ständig zum Einsatz. Selten ist die langsame rückwärts gerichtete Kamerafahrt (emersive Tracking) anzutreffen. Diese Art der Kameraführung unterstreicht meist den Moment, in dem sich das „wahre Gesicht“ einer Figur offenbart. Das Abkühlen oder das Erstarren der Beziehung eines Protagonisten zu einer Person oder zu einer Gruppe können so ebenfalls vermittelt werden. Emersive Tracking beeinflusst daher den emotionalen Blickwinkel des Beobachters, lässt ihn aus den Gefühlswelten der Figuren auftauchen und löst - sanft oder abrupt - seine gefühlsmäßige Bindung an Personen oder Orte.

## **V. PERFEKTIONIERUNG DER FILMWIEDERGABE**

Die Perfektionierung von Aufnahme und Wiedergabetechnik hat große Auswirkungen auf die Qualität der Immersion. Da mit jeder technischen Verbesserung die illusorische Wirkung des Mediums verstärkt wird, profitiert vor allem die sensorische Immersion. Im Gegensatz dazu lässt eine mangelnde Bildqualität den Eindruck einer abstrakten oder inhaltslosen Bilderfolge entstehen. Bemerkenswerterweise lässt sich diese Problematik durch Erwartungshaltung, Medienkompetenz und nicht zuletzt durch die Filterungsfähigkeit des Gehirns reduzieren, wie sich im Laufe dieser Kapitel erweisen wird.

### **V.1. Der „Defekt“ am Auge und die Illusion von Bewegung**

Ausgerechnet der Unvollkommenheit menschlicher Wahrnehmung ist es zu verdanken, dass Kinofilme betrachtet werden können. Ingmar Bergman beschrieb diese Fähigkeit ironisch als „Defekt“<sup>145</sup> am Auge. Die Basis dazu bilden zwei sich ergänzende

<sup>144</sup> Truffaut, Francois: Mr. Hitchcock, wie haben Sie das gemacht?, 2001, S.174

<sup>145</sup> Vgl. Monaco, James: Film verstehen, 2000, S.88.

Wahrnehmungsphänomene: Die Nachbildwirkung und der Stroboskopeffekt. Eine nähere Betrachtung hierzu ist sinnvoll, da diese nicht nur als Basis für die Wahrnehmung des Filmes dienen, sondern direkte Auswirkungen auf das ästhetische Empfinden haben. Sie werden zu etwas Vertrautem und können zur Erzeugung von emotionalen Assoziationen genutzt werden. Der Stroboskopeffekt kann sogar als eigenes Stilmittel eingesetzt werden. Doch zunächst zur Erklärung der optischen Phänomene.

### V.1.a. Nachbildwirkung – das Verschmelzen von Lichtimpulsen

Nachbildwirkung (Persistenz, aus lat. *persistere*<sup>146</sup>) bezieht sich auf die Trägheit des Auges bei der Wahrnehmung von optischen Reizen. Ein optischer Bildreiz verbleibt länger auf der Netzhaut als er physikalisch vorhanden war.<sup>147</sup> Damit verbunden ist ein für den Film entscheidendes Phänomen: Erfolgen einzelne Reize rasch hintereinander, so kann durch die Nachbildwirkung der Eindruck eines konstanten Reizes entstehen. Ein alltägliches Beispiel dafür sind Leuchtstofflampen. Sie leuchten je nach Stromnetz, 100 oder 120mal pro Sekunde auf. Zwischen den Helligkeitsspitzen nimmt die Leuchtkraft etwas ab. Würde die menschliche Wahrnehmung die tatsächliche Helligkeit wiedergeben, wäre ein leichtes Flackern zu sehen. Stattdessen erscheint die Lichtabgabe durch die Nachbildwirkung konstant. Man nennt die Frequenz, ab welcher die Reize nicht mehr voneinander unterschieden werden können, Verschmelzungsfrequenz und im Falle von Kinoprojektion Flimmerverschmelzungsfrequenz.

#### **Anwendung der Nachbildwirkung**

Zur korrekten Darstellung der im Kino üblichen 24 Einzelbilder pro Sekunde ist im Projektor ein spezieller Transportmechanismus notwendig. Anstatt den Filmstreifen mit konstanter Geschwindigkeit durch den Projektorstrahl zu ziehen, muss der Transport bei jedem Einzelbild angehalten werden. Um zu verhindern, dass das Publikum den Wechsel der Einzelbilder bemerkt, erfolgt die Transportphase mit abgedunkeltem Lichtstrahl. Andernfalls wäre ein ähnlicher Effekt sichtbar, wie beim Verschieben eines Diabildes in einem Diaprojektor. Das Abdunkeln erfolgt mit einer rotierenden Umlaufblende<sup>148</sup>. Die Mechanik, die für das abrupte Abstoppen und Weiterziehen des Films verantwortlich ist, sorgt für das typische ratternde Geräusch während der Projektion. Durch die Bauform der Umlaufblende mit zwei Flügeln ergeben sich während der Bildanzeige nicht nur 24, sondern 48 Hell-Dunkelphasen pro Sekunde. Der Lichtstrahl des Projektors wird also 48

<sup>146</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: Nekes, Werner: Wörterbuch, Hrsg in: Die Sammlung Werner Nekes, Mülheim/Ruhr. Quelle: [http://wernernekes.de/00\\_cms/cms/front\\_content.php?idart=112#Persistenz](http://wernernekes.de/00_cms/cms/front_content.php?idart=112#Persistenz) (03.März.2011).

<sup>147</sup> Vgl. Ebd.

<sup>148</sup> Vgl. Schmidt,Ulrich: Digitale Film- und Videotechnik, 2002, S.57.

mal in der Sekunde gänzlich unterbrochen, was einer Flimmerfrequenz von 48Hz entspricht. Kinobesucher bekommen von den Helligkeitsschwankungen auf der Leinwand nichts mit und glauben dank der Nachbildwirkung einer ununterbrochenen Projektion beizuwohnen. Ein 90 minütiger Film bestünde somit aus 129.600 Einzelbilder<sup>149</sup> mit 259.200 Hell- Dunkelphasen.

### **Einfluss von Seh-Rezeptoren und Blickfeld auf die Wahrnehmung**

Durch empirische Messungen wurde festgestellt, dass die Verschmelzungsfrequenz von den Rezeptoren des Auges abhängt. Die Zapfen des Auges nehmen beim Tageslichtsehen etwa 60 Reize pro Sekunde wahr. Beim Nachtsehen werden die Stäbchen aktiv und diese nehmen nur zwischen 15 bis 25 Reize pro Sekunde wahr.<sup>150</sup> Im Kinosaal wird vorwiegend Zäpfchensehen benötigt, denn obwohl der Saal sehr dunkel erscheint, ist die Leinwand mit etwa 30cd/m<sup>2</sup> vergleichsweise hell ausgeleuchtet.<sup>151</sup>

Tabelle: Einteilung der Leuchtdichte nach Rezeptoren<sup>152</sup>

<b>Leuchtdichte [cd/m<sup>2</sup>]</b>	<b>Sehtypus</b>	<b>Rezeptor</b>	<b>Sehvorgang</b>
unter 0,001 cd/m <sup>2</sup>	Nachtsehen	Zapfen-Sehen	skoptisches Sehen
zwischen 0,001 cd/m <sup>2</sup> und 3 cd/m <sup>2</sup>	Dämmerungssehen	Zapfen-Sehen und Stäbchen-Sehen	mesoptisches Sehen
über 3 cd/m <sup>2</sup>	Tageslichtsehen	Stäbchen-Sehen	photopisches Sehen

### **Wieviele Lichtimpulse sind ideal, um jegliches Flimmern zu unterbinden?**

Es ist schwierig, mittels empirischer Messung einen genauen Maximalwert für die obere Wahrnehmungsgrenze des Menschen zu finden, da die unterscheidbare Frequenz nicht nur vom Sehrezeptor, sondern auch vom Blickwinkel abhängt.<sup>153</sup> Am äußersten Rand des Blickfeldes können weitaus mehr Hell-Dunkel Durchgänge unterschieden werden als im Zentrum, welches für das Sehen von Schärfe genutzt wird. Unter optimalen Bedingungen können aus den Augenwinkeln über 100 Lichtimpulse pro Sekunde unterschieden werden. Dies ist ein Hinweis dafür, warum die 48 Lichtimpulse des Kinos im Zentrum des

<sup>149</sup> 24 Bilder x 60 Sekunden x 90 Minuten = 129600 Einzelbilder

<sup>150</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: Meyer, K.: Flimmerverschmelzungsfrequenz (Verschmelzungsfrequenz), Hrsg. In: Webkatalog für Kunst und Medien, K. Meyer, Gottlieben, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://sphinx-suche.de/psychologie3/flimmerverschmelzungsfrequenz.htm> (03.März.2011).

<sup>151</sup> Vgl. Ebd.

<sup>152</sup> Tabelle basiert auf einer Auflistung in: Burg, Heinz, Moser, Andreas: Handbuch Verkehrsunfallrekonstruktion, 2009, S.878.

Blickfelds als akzeptabel, jedoch als unzureichend aus den Augenwinkeln empfunden werden können. Dies hat praktische Auswirkung auf die Platzwahl. Manche Zuseher nehmen die 48 Hell-Dunkel-Phasen tatsächlich als unangenehmes Flackern wahr, wenn sie zu nah an der Leinwand sitzen. Erst die Eingrenzung auf das weniger empfindliche zentrale Blickfeld sorgt bei Kinobesuchern auf den hinteren Sitzplätzen für einen entspannten Filmgenuss.

Nachbildwirkung dient somit dem konstanten Helligkeitseindruck. Für die Erzeugung von Bewegung ist hingegen der Stroboskopeffekt verantwortlich

### V.1.b. Stroboskopeffekt – Der Eindruck von Bewegung

Dieser sorgt für zwei scheinbar widersprüchliche Eindrücke, die als Wagenradeneffekt und Daumenkinoeffekt bekannt sind. Der erste Effekt kann ein Stilmittel des Films sein, der andere Effekt bildet die Grundvoraussetzung, damit Kinoprojektion überhaupt erst möglich wird.

#### **Wagenradeneffekt**

Er führt zu einem verzerrten Eindruck von Bewegung. So kann es sogar zum scheinbaren Stillstand von drehenden Objekten kommen. Im Alltag hat er bereits zu zahlreichen Unfällen an Arbeitsplätzen geführt<sup>154</sup>, weil die Rotation von Maschinenteilen nicht erkannt wurde. Im Spielfilm ist das optische Phänomen als Wagenradeneffekt bekannt. Es tritt unter anderem auf, wenn ein sich drehendes Objekt in Abhängigkeit der Kameraverschlusszeit scheinbar vorwärts oder rückwärts dreht oder sogar still zu stehen scheint.<sup>155</sup> Der Wagenradeneffekt kann zum verstärkten Flimmern auf abgefilmten Bildschirmen führen, was aber auch absichtlich als visuelles Stilmittel eingesetzt werden kann.

---

<sup>153</sup> Ein Test kann dieses Phänomen auf folgende Weise belegen. Dazu benötigt man einen 50Hz-TV-Röhrenbildschirm oder alternativ einen PC Monitor mit 60Hz „Screen Refresh Rate“ wie er noch vor Einführung des LC-Displays üblich war. Im Idealfall wird auf dem TV Gerät nur Weiß oder zumindest etwas sehr Helles ausgegeben. Nun wendet man den Kopf und blickt am Monitor vorbei, sodass nur noch das seitliche Blickfeld Einsicht auf den Monitor erhält. Nun wird ein deutliches flackern am Bildschirm sichtbar. Erst ab Frequenzen von über 75 Lichtimpulsen, wie dies bei 100Hz Fernsehgeräten der Fall ist, kann auch am Rande des Blickfeldes kaum bis kein flackern mehr wahrgenommen werden. Spätestens mit 200Hz lassen sich mit empirischen Mitteln keine Unterschiede mehr feststellen.

<sup>154</sup> Wenn die Drehzahl einer Säge genau mit den Lichtblitzen einer Lampe übereinstimmt, scheint sich die Säge nicht mehr zu drehen. In diesem Fall fällt der Lichtimpuls immer nur dann auf das Sägeblatt, wenn es nach einer Drehung die Ausgangsposition erreicht.

<sup>155</sup> In der Wissenschaft und Technik wird der Effekt für Analysen genutzt und in Discos ist es als unterhaltsamer Effekt mit Blitzlichtern (Stroboskop-Lampen) zu finden, die menschliche Bewegung scheinbar einfriert.

## Daumenkinoeffekt

In diesem Fall sorgen schnell hintereinander wiedergegebene Standbilder dazu, dass der Eindruck von Bewegung erzeugt wird, wie es beim Daumenkino der Fall ist. Je nach Bild- und Bewegungsinhalt, Reproduzierungs- oder Projektionsgröße werden mindestens 6 Bilder bis 16 Bilder pro Sekunde für den Eindruck von Bewegung benötigt.<sup>156</sup> Man nennt diese kritische Frequenz auch Bewegungsverschmelzungsfrequenz. Dieser Wert ist nicht zu verwechseln mit der bereits erwähnten Flimmerverschmelzungsfrequenz aus dem Bereich der Nachbildwirkung, die nur für einen durchgehenden Helligkeitseindruck sorgt, aber nichts mit Bewegungsempfindung zu tun hat.

## V.2. Bedeutung der Nachbildwirkung und des Stroboskopeffektes



Abbildung 24: Positive 35mm Filmstreifen könnten schon bald durch die Verbreitung von Digitaler Projektionstechniken verschwinden. D.h. die Qualität der Wiedergabe verschlechtert sich selbst wenn sie z.B. in der Detailschärfe den meisten

Bewegung ist im Film nur dann erfolgreich vermittelbar, wenn die Einhaltung der Grenzwerte für die Bewegungsverschmelzungsfrequenz von 6Hz bis 16Hz (Stroboskopeffekt) als auch die Flimmerverschmelzungsfrequenz (Nachbildwirkung) von 15Hz bis 60Hz sichergestellt ist. Durch die technischen Verbesserungen der letzten Jahre ist eine Erhöhung über die Mindestanforderung hinaus möglich geworden. Beispielsweise werden Imax HD Filme mit 48fps anstatt 24fps veröffentlicht. Dieser Wert ähnelt dem

einer Videokamera, die im Pal-Format mit 50fps arbeitet. Und tatsächlich berichten Beobachter, dass eine Projektion mit 48fps zum Teil unerwünscht an die Ästhetik einer Videokamera erinnert. Die folgende Feststellung eines Videocutters in einem Filmschnittforums<sup>157</sup> verdeutlicht die Problematik.

Das, was allgemein als FILMLOOK wahrgenommen wird, ist ja gerade die mangelhafte zeitl. Auflösung vom Film (25p). Was eigentlich ein gewaltiger Nachteil ist, wird nunmal von vielen als hochwertiger

<sup>156</sup> Die niedrigste Frequenz, bei der es im Gehirn zu einer Verschmelzung von Bildeindrücken kommt, wird in der Literatur zumeist mit 16 Hertz bzw. 16 Bildern pro Sekunde angegeben. Dieser Wert sollte jedoch nur als grober Richtwert verstanden werden, denn wie die Praxis der Trickfilmproduktion zeigt, können je nach Bildinhalt auch 6 bis 12fps für einen zufriedenstellenden Effekt ausreichen.

<sup>157</sup> Gemeint ist ein Internetforum „Final Cut Pro – Portal für Videobearbeitung am Macintosh“ auf [www.final-cut-pro.de](http://www.final-cut-pro.de).

bezeichnet. Wird dieser Mangel [...] beseitigt, indem aus 25 Bewegungsphasen 50 erzeugt werden, verschwindet auch der Filmjudder[sic!], und die Bewegungen werden flüssig. Das ist dann der vielgescholtene Videolook. [...] Jedoch empfinde ich mittlerweile die flüssigere Bewegung als wesentlich angenehmer, das Gefühl des Videolooks verschwindet mit der Zeit. Ein interessantes psychologisches Phänomen.<sup>158</sup>

### **V.3. Verstärkt die Perfektionierung der Filmtechnik den individuellen Filmgenuss?**

Mit dem Fortschritt in der Bild- und Tonübermittlung kann die Filmwiedergabe immer mehr der menschlichen Alltagswahrnehmung angeglichen werden. Dadurch wirkt Film unmittelbarer und weniger abstrakt. Die Unterscheidbarkeit zwischen filmischem Reiz und nicht-filmischem Reiz verwischt. Der Zuseher reagiert intensiver auf die sich bewegenden Objekte und verfällt stärkeren Orientierungsreflexen. Davon profitiert vor allem die Sensorische Immersion. Es gelingt eine stärkere Wahrhaftigkeit der Bilder zu suggerieren, wovon dokumentarische Filme besonders profitieren können. Für die Gestalter von visuell stilisierten Spielfilmen könnte diese technische Neuerung jedoch zu einem Interessenskonflikt führen, wie die Aussage eines Regisseurs<sup>159</sup> aus dem zuvor zitierten Filmschnittforum verdeutlicht.

[...]dass wir ein 25p Bild schöner empfinden oder kinoähnlicher kann man als Gewohnheit betrachten, ich glaube aber an einen anderen Grund, der gegen das "100HZ" Bild spricht, nämlich die Tatsache, dass man etwa bei einem Spielfilm den Eindruck hat, "das Set" zu sehen, und nicht das etwas "abstraktere" Filmbild, das uns eine Geschichte erzählt.

Das 100HZ Bild wirkt (verstärkt wohl durch die hohe Auflösung der neuen Formate) hyperrealistisch, und dadurch verliert die Spielfilmhandlung als solche an Glaubwürdigkeit. Auch die Details

---

<sup>158</sup> Aussage stammt vom anonymen Benutzer „HeikoS“ der im Fachforum [www.final-cut-pro.de](http://www.final-cut-pro.de) zum professionellen Video-Schnittprogramm Final Cut Pro der Firma Apple zu dem Thema „100Hz fernseher: alles sieht aus wie auf video gedreht!“ Stellung bezieht. Veröffentlicht über: screendepartment GbR, Christian Hoppe, Delbrück, 01.12.2008. Quelle: <http://www.finalcutprofi.de/phpboard/viewtopic.php?t=55421&postdays=0&postorder=desc&&start=0&sid=cf2d3cb92914973cb08bdebc58ba2f10> (02.03.2011).

<sup>159</sup> Die Aussage stammt vom anonymen Benutzer „ppollo“ der im Fachforum zum professionellen Schnittprogramm Final Cut Pro der Firma Apple zu dem Thema „100Hz fernseher: alles sieht aus wie auf video gedreht!“ Vgl. Ebenda

werden plötzlich sichtbar, man sieht die "Maske" und Hautfalten etc., die bei 25p einem wohl entgehen. Ich glaube also nicht, dass es eine "Geschmacksfrage" ist, da in der Regel solche Effekte nicht erzielt werden wollen... Ein Filmbild ist eben ein Film-Bild und kein Scan der Wirklichkeit. Ich bin kein Kameramann sondern Regisseur, ich verstehe also von der Kameratechnik immer nur dann was, wenn ich nach einem Fehler suche, den ich gerade gemacht habe [...], aber ich weiß, dass ich einen Film dadurch mache, dass ich Ausschnitte aus der Welt kadriere, Bilder gestalte, Blickwinkel festlege, schneide, Musik verwende, also lauter Dinge, die uns von der "realistischen Abbildung" wegbringen... und diese 100HZ Bildschirme scheinen dieses Gestaltungsrepertoire zugunsten von anderen Ideen, die für mich obsolet sind (Flüssige Bewegung, Hohe Auflösung), einzuschränken.<sup>160</sup>

Die menschliche Wahrnehmung ist also nicht auf eine naturalistische Wiedergabe angewiesen, um an Filmbildern Gefallen zu finden. Auch für die Unterscheidung von Wesentlich und Unwesentlich ist die perfektionierte Darstellung nicht erforderlich, denn dafür sorgt das menschliche Gehirn. Dabei kann es vorkommen, dass störende Informationen aus der Wahrnehmung gelöscht und - um die dabei auftretenden Lücken zu füllen - automatisch mit passenden Informationen aus dem Gedächtnis ersetzt werden. Ein Beispiel für die beschriebene Fähigkeit des Gehirns, Fehlinformation zu kaschieren, ist der blinde Fleck im zentralen Blickfeld des menschlichen Auges<sup>161</sup>, von dem wir unter normalen Umständen nichts mitbekommen. So kann sich ein Betrachter an beträchtliche Störreize gewöhnen. Im Falle eines unter Abnutzungserscheinungen leidenden Films wären das vor allem Kratzer und dergleichen. Darüber hinaus gibt es auch optische Phänomene, die vom Gehirn entweder gefiltert werden oder vorhanden bleiben, je nachdem, welche Bedeutung ihnen beigemessen wird. Ungewollte Störreize können Bedeutung erlangen, ungeachtet ob sie technischer oder handwerklicher Natur sind. Zusätzlich kann die Abwesenheit des „erwarteten“ Störreizes als störende oder lustvolle Irritation empfunden werden. Daher versuchen die mittlerweile fast bildstörungsfreien digitalen Produktionen die speziellen Erscheinungen, die analoger Film mit sich brachte, wieder künstlich hinzuzufügen. Dies führt im Falle von computergenerierten Filmen wie

---

<sup>160</sup> Die Aussage stammt vom anonymen Benutzer „ppollo“ aus dem Fachforum zum professionellen Schnittprogramm Final Cut Pro der Firma Apple zu dem Thema „100Hz fernseher: alles sieht aus wie auf video gedreht!“.

Siehe. Ebenda.

<sup>161</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: Reis Augenklinik (Hrsg.) [Autor unbekannt]: Blinder Fleck (Sehnerv), In: Reis Augenklinik AG, Bendern, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://www.augenklinik.li/index.php?id=29> (06.03 2011).

„WALL·E – Der Letzte räumt die Erde auf“ (2008, Regie: Andrew Stanton) dazu, dass optische Kamerafehler simuliert werden, mit dem Ziel, die berechneten Computerbilder wie reale Filmaufnahmen wirken zu lassen.

Zu den Dingen, die Bildgestalter bewusst einsetzen, auch wenn sie nicht der menschlichen Alltagswahrnehmung entsprechen, gehören Dinge wie optische Verzerrung, Linsenlichtreflexionen (Lens Flare), chromatische Aberration (siehe Abbildung 25) oder Bokeh-Effekte (siehe Abbildung 28 auf Seite 72). Dadurch kann es auch zu Synästhesieerscheinungen kommen. So erscheinen Digitalaufnahmen ohne simuliertes Filmkorn etwas kühler und lebloser. Ein leichtes „belebendes“ Filmkorn ist in Abbildung 26 zu erkennen. In extremer Form ist es im „Turmspringer“ auf Seite 47 zu sehen. Stilisierte Filme wie Comicverfilmung „300“ (2007, Regie: Zack Snyder) ziehen vor allem aus dem Filmkorn ihren optischen Reiz. Das Filmkorn tritt im Gegensatz zum digitalen Bildrauschen weder in den hellsten noch dunkelsten Bildteilen auf. Erfolgt die Stilisierung nachträglich, so ist es meist im Bestreben, die Bildästhetik des klassischen Hollywoodfilms zu zitieren. Auf diese These gestützt, lässt sich das jüngste Interesse von Kameramännern und Bildgestalter erklären, die sich vermehrt mit obsolet geglaubten Techniken wie dem Super8 Filmformat beschäftigen.



Abbildung 25: Chromatische Aberration tritt vor allem bei billigen Objektiven oder extremen Brennweiten auf, wie hier in „Der gute Hirte“ (2006, Regie: Robert De Niro). Durch den runden Schliff wird eine Linse am Randbereich immer dünner. Es kommt zu einem Prismeneffekt. Das Licht wird in seine Spektralanteile zerlegt und es entsteht ein Regenbogeneffekt. Im Bildrand ist er als roter-blauer Übergang zu sehen. Randbereiche werden dadurch unschärfer. Für die Immersion sind selbst solche Details bedeutsam, ziehen sie doch den Blick in die schärfere und möglicherweise aus der Sicht des Kameramannes wichtigere Bildmitte.



## VI. ABBILDUNGSÄSTHETIK UND IMMERSION



Abbildung 26: Die Randbereiche dieses Standbildes aus dem Film „Hero“ (2002, Regie: Zhang Yimou) sind optikbedingt abgedunkelt. Die Erscheinung nennt sich Vignettierung oder Randlichtabfall. Da sie den Aufnahmen mehr Ausdruckskraft und Dramatik verleihen kann, werden Hell-Dunkelverläufe oft nachträglich am Computer hinzugefügt. In diesem Fall zieht der Verlauf den Blick in die Bildmitte und verhilft so der Darstellerin Zhang Ziyi zu mehr Ausdruckskraft.

Digitale Kameras übertrumpfen herkömmliche analoge Modelle in immer mehr technischen Disziplinen. Trotzdem vertraut ein deutlicher Anteil der Regisseure und Kameramänner weiterhin dem analogen Filmstreifen. Bemerkenswerterweise machen die Anhänger beider Richtungen die technischen und ästhetischen Besonderheiten ihres bevorzugten Mediums für die mitreißende und somit auch immersive Wirkung verantwortlich. Daher sollen beide Sichtweisen näher vorgestellt werden. Einzelne Hollywoodproduktionen wurden bereits mit digitalen HD Formaten produziert, wie der Spielfilm *Public Enemies* (2008). Kameramann Dante Spinotti begründet seine Entscheidung, mit digitalen HD Kameras zu drehen, auf folgende Weise.

Es [gemeint ist das Bild der digitalen HD Kamera Sony F23] hatte zwar nicht den vollen Farbumfang von Film, aber die Art wie die Sony auf die Shots in der Nacht ansprach war sehr interessant. Digitale Kameras nehmen Dunkelheit ganz anders wahr als Film, da ist eine phantastische Elastizität, die auf Film nicht gegeben ist. [...] Am Ende war es vor allem der Nacht-Look der F23, der uns bewog digital zu drehen. Dieser Film hat jede Menge Nacht, Action und Schießereien in dunklen Straßen. Deshalb war die F23 mit ihrer Fähigkeit in dunkle Schatten zu sehen für uns die Waffe der Wahl. Außerdem waren wir

sicher, dass wir mit dem hyperrealistischen HD Look mehr Dynamik aus unserer Filmsprache herausholen konnten.<sup>162</sup>

Viel weiter als Kameramann Dante Spinotti geht der Regisseur des Films Michael Mann bei der ästhetischen Beschreibung der Bilder. Er spricht den HD Videoaufnahmen mehr Intensivität zu als den Aufnahmen auf Filmmaterial. Michael Mann überhöht im Gegensatz zu seinem Kameramann merklich die immersive Kraft seines Materials.<sup>163</sup> Er umgeht technische Beschreibungen und verwendet statt dessen suggestive Ausdrücke wie interact, involved oder feel.



Abbildung 27: Chefkameramann Dante Spinotti bei dem Dreh von „Public Enemies“ mit der als Handkamera geeigneten digitalen HD Videokamera F23 von Sony.

„[...] shooting 'Public Enemies' in high definition allows audiences to fully interact with the movie.[...] I shot in HD for a reason. My objective wasn't to have people look at a period film, I wanted the audience to be involved in the film. I wanted it to feel like it had all the complexity of what it was like in that period of time.<sup>164</sup>

Seine Aussage dokumentiert nicht nur die Sichtweise von Michael Mann auf die Ästhetik des Filmmaterials, sie kennzeichnet auch die Durchführung einer Strategie. Speziell die gegenseitige Werbekampagne<sup>165</sup> von Filmemacher und Kamerahersteller lässt diese Vermutung zu. Im Gegensatz dazu bevorzugt der Regisseur Christopher Nolan bei seiner Filmproduktion Inception (2010) weiterhin die Bildqualität von traditionellen Filmstreifen

<sup>162</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Glencairn, Frank: Public Enemies – 1920x800 reicht fürs Kino, Teil 1, Blog, [Ort Unbekannt], 21.08.2009. Quelle: <http://frankglencairn.wordpress.com/2009/08/21/public-enemies-1920x800-reicht-furs-kino-teil-1/> (06. März 2011).

<sup>163</sup> Mehr zur Überhöhung als Immersionsstrategie findet sich im Kapitel IV.5.a) Manipulationen während der Vorstellung auf Seite 35.

<sup>164</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Bangshowbiz.com (Hrsg.) [Autor Unbekannt]: Michael Mann's HD defence, In: Bangshowbiz.com, STV, Glasgow, 01.07.2009. Quelle: <http://entertainment.stv.tv/film/106091-michael-manns-hd-defence/> (Datum 06.03.2011).

<sup>165</sup> Auf der TV-Broadcastmesse NAB 2009 in Las Vegas wurde der Film Manns, an den Ständen von Sony Corporation, als technische Innovation beworben. Des Weiteren wurden Vorträge vor Ort über die Eignung neuer Sony-HD-Technik für die Filmproduktion am Beispiel von „Public Enemies“ gehalten.

und lässt den Film bis auf wenige Spezialaufnahmen auf traditionellem analogen 35mm Filmstreifen belichten.

We shot the film [in] anamorphic 35mm, which is the best quality sort of practical format to shoot on by far. We shot key sequences on 65mm, 5 perf not 15 perf, and we shot VistaVision on certain other sequences. [...] that's of the highest possible quality except IMAX. [...] I wanted it to be as realistic as possible. Not be bound by the scale of those IMAX cameras, even though I love the format dearly. So we went to the next best thing which was 65mm. So we have the highest quality image of any film that's being made and that allows us to reformat the film for any distribution form that we'd like to put it in.“<sup>166</sup>

Nolan stellt weiter fest, warum er sich nicht mit dem Videoformat anfreunden kann.

[To create a 3D-Movie] You have to shoot on video, which I'm not a fan of. I like shooting on film. And so when you're looking at post-conversion processes which are moving forward in very exciting ways. So really, for me, production of a large scale film is all about recording the best, highest quality image possible so that you can then put it in any theatre in the best way possible. And 65mm film, IMAX film, VistaVision, 35mm, that's the way you do that.<sup>167</sup>

Nolans Bemerkungen zum Filmmaterial stehen somit im Gegensatz zu den Aussagen Manns zu HD-Video. Beide berufen sich auf eine realistische und damit lebensnahe Abbildung und beide schließen das jeweils andere Medium aus.<sup>168</sup> Beiden Aussagen gemeinsam sind die positiven Berichte über die Wirkung der Bildqualität. Aussage Nolan: „I wanted it to be as realistic as possible.“ Aussage Mann: „My objective wasn't to have

---

<sup>166</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Weintraub, Steve: Christopher Nolan and Emma Thomas Interview INCEPTION – They Talk 3D, What Kind of Cameras They Used, Pre-Viz, WB, and a Lot More!, In: Collider.com, Baltimore, 25.03.2010. Quelle: <http://www.collider.com/2010/03/25/director-christopher-nolan-and-producer-emma-thomas-interview-inception-they-talk-3d-what-kind-of-cameras-they-used-pre-viz-wb-and-a-lot-more/> (06.03.2011).

<sup>167</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Weintraub, Steve: Christopher Nolan and Emma Thomas Interview INCEPTION – They Talk 3D, What Kind of Cameras They Used, Pre-Viz, WB, and a Lot More!, In: Collider.com, Baltimore, 25.03.2010. Quelle: <http://www.collider.com/2010/03/25/director-christopher-nolan-and-producer-emma-thomas-interview-inception-they-talk-3d-what-kind-of-cameras-they-used-pre-viz-wb-and-a-lot-more/> (06.03.2011).

<sup>168</sup> Trotzdem hat auch Nolan für Zeitlupensequenzen im Film Inception zu einer der digitalen Phantom HD Videokamera gegriffen.  
Vgl. Internetveröffentlichung: IMDb (Hrsg.) [Autor unbekannt]: Inception (2010) – Technical specifications. In: IMDb.com, Inc., Seattle, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://www.imdb.com/title/tt1375666/technical> (03. 03. 2011).

people look at a period film, I wanted the audience to be involved in the film“. Solche Feststellungen enthalten eine Suggestion an das Publikum und so mancher Zuseher wird durch diese Hinweise oder Anleitungen seinen Filmgenuss erstmals in Abhängigkeit von der Filmqualität stellen.

## VI.1. Die Wahl der Technik als Stilmittel



Abbildung 28: Die verwendete Kamera beeinflusst die Ästhetik der Unschärfe. Je nach verwendeter Optik, Brennweite und Blendenöffnung fällt die Wirkung der Unschärfe anders aus. Die hellen Lichtflecke im unscharfen Bereich werden Bokeh genannt. In diesem Bild aus „Inception“ (2010, Regie: Christopher Nolan) ist die Form ein ovales Fünfeck, was ein Hinweis für eine anamorphotische Kameraoptik ist. Abgesehen von diesem Spezialfall ist die Kontur des Bokes meist rundlich (vgl. Abbildung 29 auf Seite 73), mehreckig und selten viereckig.

Zu Nolans Einschätzungen bezüglich der Filmqualität ist hinzuzufügen, dass er neben den technischen Vorteilen wahrscheinlich auch in der Abbildungsästhetik einen Unterschied sieht. Möglicherweise beschreibt Nolan hier eine Unvereinbarkeit seiner Wahrnehmungsgewohnheiten, denn wie jeder Kinobesucher entwickeln auch Regisseure eine Vorstellung darüber, wie Spielfilm auf der Leinwand auszusehen hat. Die Mehrheit der Regisseure erlernten ihr Handwerk durch das Drehen von analogen 8 oder 16mm Filmen. Wahrscheinlich basiert die große Zuneigung, die Filmemacher dem Filmstreifen zuteil werden lassen auf dieser Vertrautheit. Diese Vermutung bestätigt sich insofern, da sich die aktuelle Fachdiskussion intensiv mit der Frage beschäftigt, wie man trotz Video künstlich einen Filmlook erzeugen kann.<sup>169</sup> Selbst der beinahe gänzlich verschwundene Super 8 Film hat nach Jahren der Vergessenheit wieder verstärkte Aufmerksamkeit gewonnen. Die Firma Kodak hat sich durch die neu aufgelebte Nachfrage im Jahr 2010, also etwas 40Jahre nach der Blütezeit des Materials, entschieden, einen zusätzlichen

<sup>169</sup> Eine Sonderausgabe der Fachzeitschrift Digital Production: „Produktion“ (Sonderausgabe 03/10) beschäftigt sich beispielsweise fast ausschließlich mit dem Thema „Digitale Kinematographie“

Typus von 8mm Film auf den Markt zu bringen.<sup>170</sup> Kodak begründet seine Entscheidung folgendermaßen: “One benefit is that Super 8 is now a terrific option for students who want to hone their skills, as well as for professional filmmakers who want to craft a distinctive look for their project.”<sup>171</sup>



Abbildung 29: Kameramann mit einer analogen 35mm Filmkamera (Panavision Panaflex Millennium XL) bei einem Außendreh von „Inception“. Bei einem direkten Vergleich zwischen den Filmbildern einer analogen und einer digitalen Kamera werden deutliche ästhetische Unterschiede sichtbar.

Wenn heutige Filmemacher auf traditionelle Techniken zurückgreifen, dann nicht nur, weil sie ein gewisses ästhetische Empfinden bedienen wollen. Es ist auch denkbar, dass sie die Vertrautheit des Publikums mit dem Material bewusst nutzen, um das Publikum leichter in ihr Werk eintauchen zu lassen. Daher sollten vertraute Dinge wie Bewegung auch in der filmischen Abbildung genau den Erfahrungen des Zusehers entsprechen oder derart stilisiert sein, dass die

Abweichung von der Natürlichkeit offensichtlich wird. Ein Stilmittel, welches sich in diesem Nutzungsfeld befindet, ist die Bewegungsunschärfe, die von der Kamera festgehalten werden kann.

## **VI.2. Stilisierungsmöglichkeiten einer Kamera und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Immersion**

Filmt eine feststehende Kamera ein sehr schnell bewegtes Objekt oder bewegt sich die Kamera selbst, kann es zur sogenannten Bewegungsunschärfe kommen<sup>172</sup>. Dieser Effekt tritt bei langen Belichtungszeiten stärker auf als bei kurzen und kann als bewusstes Stilmittel eingesetzt werden.

Bei Photoapparaten und digitalen Kameras wird die Belichtungszeit als Verschlusszeit (engl. Shutter) bezeichnet und in Sekunden angegeben. Sie beschreibt die Dauer, in der Licht auf ein Einzelbild gelangt. Eine Verschlusszeit von 1s bedeutet, dass eine Sekunde lang Licht durch die Optik auf das Filmmaterial fällt. Eine Verschlusszeit von 1/1000 lässt

<sup>170</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: Kodak (Hrsg.) [Autor unbekannt]: KODAK Introduces New Super 8 Motion Picture Film, 2010. Veröffentlicht auf: Kodak.com, Kodak GmbH, Stuttgart, 06.04.2010. Quelle: [http://motion.kodak.com/US/en/motion/about/news/2010/Apr06\\_1.htm](http://motion.kodak.com/US/en/motion/about/news/2010/Apr06_1.htm) (03.03 2011).

<sup>171</sup> Siehe Ebd.

<sup>172</sup> Bewegungsunschärfe ist z.B. an der Schwertspitze in Abbildung 26 auf Seite 69 zu sehen.

den Film nur für eine tausendstel Sekunde belichten. Damit verbunden sind zwei Effekte:

1. Je nach Dauer der Belichtung erscheint das aufgenommene Bild heller oder dunkler.
2. Je länger die Belichtungszeit dauert, umso mehr verwischen die aufgenommenen Bewegungen, die im abgebildeten Zeitraum stattfinden. Umgekehrt sorgen kurze Verschlusszeiten für ein „Einfrieren“ von Bewegung. Es tritt kaum oder keine Bewegungsunschärfe auf.

Da man im Film zur Erreichung der Verschmelzungsfrequenz<sup>173</sup> mit 24 Bildern pro Sekunde arbeitet, wäre die längste denkbare Belichtungszeit für ein Einzelbild genau  $1/24$ . Da bei analogen Kameras Zeit für den Filmtransport benötigt wird, beträgt die Belichtungszeit meist  $1/48$ . Im Filmbereich wird der Begriff Sektorenblende verwendet und in Grad angegeben. Die Verschlusszeit  $1/48$  entspricht bei einer analogen Kamera einer Sektorenblende von  $180^\circ$ . Wäre eine Vollzeitbelichtung von Filmmaterial möglich und jedes der 24 Einzelbilder würde  $1/24$  Sekunden lang belichtet, so beträgt der Sektorenblendenwert  $360^\circ$ . Wählt ein Kameramann eine Verschlusszeit von etwa  $1/20$ <sup>174</sup> bis  $1/60$  kommt es zu einem bemerkenswerten Effekt, denn diese Werte entsprechen in etwa der Nachbildwirkung im menschlichen Auge<sup>175</sup>. D.h. die Bewegungsästhetik der Aufnahmen gleicht den realen Bewegungseindrücken. Die Annäherung an das natürliche Empfinden erleichtert das sensorische Eintauchen in die Handlung.

In ähnlicher Weise stellt Medienwissenschaftler Thomas Brandlmeier fest, dass unter Kameramännern die Meinung verbreitet sei, dass eine leichte Unschärfe der menschlichen Alltagswahrnehmung nahe kommt und so die Einzelbilder im Gehirn des Betrachters leichter verschmelzen.<sup>176</sup> Und tatsächlich kann eine Verschlusszeit von  $1/120$ <sup>177</sup> oder kürzer bei Filmbildern zu einer unnatürlichen Bewegungsästhetik führen. Manche empfinden sie sogar als Stroboskopeffekt. Doch auch dieser Eindruck kann als Stilmittel genutzt werden. In Filmen wie „Der Soldat James Ryan“ (1998, Regie: Steven Spielberg) diente die kurze Belichtungszeit als Stilmittel (siehe Abbildung 30 auf Seite 75).

---

<sup>173</sup> Laut Brandlmeier ist die Verschmelzungsfrequenz von der Anzahl der Bilder/Sek. Aber auch von der Belichtungszeit abhängig.

Vgl. Brandlmeier, Thomas: Kameraautoren. 2008. S.470.

<sup>174</sup> Dieser Wert von  $1/20$  ist nur bei digitalen Kameras mit Einschränkungen bei der Bildwiederholanzahl möglich. In diesem Fall nimmt die Kamera nur noch 20 Bilder pro Sekunde auf, stellt diese jedoch über 24 oder 25 Bilder, um weiterhin als Videomaterial verwendbar zu bleiben.

<sup>175</sup> Die empirischen Schätzwerte von  $1/20$  bis  $1/60$  wurden vom Autor unter Berücksichtigung von Nachtsehen, Tagsehen und Dämmerungssehen im Vergleich zu Videokameraaufnahmen ermittelt.

<sup>176</sup> Vgl. Brandlmeier, Thomas: Kameraautoren. 2008. S.470.

<sup>177</sup>  $1/120$  Sekunde Belichtungszeit entspräche bei 24p-Film einer einzustellenden Sektorenblende von  $72^\circ$ .

Zum einen wirken die Aufnahmen dadurch surreal, da sie nicht der natürlichen Wahrnehmung entsprechen. Zum anderen erinnert die Bilderästhetik der kurzen Verschlusszeit den Betrachter an einen Dokumentarfilm und verstärkt den Eindruck von Realismus. Synästhetisch kann man die Aufnahmen auch als „kalt“ beschreiben. Tatsächlich es ist bei Dokumentarfilmen üblich, mit kurzer Verschlusszeit zu drehen. In diesen Filmen lassen sich Szenen nicht einfach wiederholen und müssen in ihrer Einmaligkeit auf bestmögliche Weise eingefangen werden.

Deshalb dominiert als zusätzliche Absicherung bei einer Schauplatzdokumentation die Weitwinkelaufnahme. Da aber der Kameramann nie genau wissen kann, wann und wo sich etwas Interessantes ereignen wird, ist er gezwungen, vermehrt die Kamera zu



Abbildung 30: In „Der Soldat James Ryan“ (1998, Regie: Steven Spielberg) wird die dramatische Wirkung gesteigert indem Kameramann Janusz Kamiński mittels kurzer Verschlusszeit, einer Weitwinkeloptik und Handkamera die Bildästhetik eines Dokumentarfilmes zitiert. Dadurch soll die Realität des Geschehens suggeriert werden.

schwenken, zu neigen und seine eigene Position zu wechseln. Doch gerade diese Bewegungen können sich bei herkömmlicher Standardverschlusszeit<sup>178</sup> als problematisch herausstellen. Denn bei zu viel Bewegung ist es wahrscheinlich, dass Gesichter und andere wichtige Details nicht mehr zu erkennen sind und bei extremen Bewegungen ist der Rezipient nicht einmal mehr zur Orientierung fähig. Die

erschwerte Orientierung kann bei Kinobesuchern zur Übelkeit führen. Deshalb ist der Handkamerastil umstritten, da er zu extremen Schwenks verleitet. Trotzdem gibt es immer mehr Filme wie „Blair Witch Projekt“ (1999, Regie Daniel Myrick und Eduardo Sánchez) oder „Transformers“ (2007, Regie: Michael Bay), die den Effekt fehlender Orientierung aus dramatischen Gründen nutzen. So kann beispielsweise die Hilfs- und Orientierungslosigkeit einer Figur versinnbildlicht werden oder der körperliche und emotionale Stress unter dem sie steht.

<sup>178</sup> Bei den Filmkameraherstellern hat sich ein Wert bei etwa 1/48 als die Standardverschlusszeit etabliert. Die Mehrzahl an Kinoproduktionen wird daher mit dieser Belichtungszeit durchgeführt. In der PAL Norm, die für das europäische Fernsehen von Bedeutung ist, beträgt der Wert 1/50. Die TV-Verschlusszeit ist daher in seiner Abbildungsästhetik von verwischter Bewegung mit der von Film praktisch identisch.

## VII. 3D TECHNIK UND IMMERSION



Abbildung 31: Neue Techniken schaffen neue Arbeitsbegriffe wie "Nose Picking". Es ist die Überbetonung von Objekten im dreidimensionalen Raum in Richtung des Zusehers. Wie dieses Beispiel aus dem 3D Film „Disneys Eine Weihnachtsgeschichte“ (2009, Regie Robert Zemeckis) zeigt.

Dreidimensionale Darstellungen eröffnen dem Film im wahrsten Sinn des Wortes eine neue Dimension. Als zusätzliches Stilmittel zur Immersion scheint 3D die perfekte Bereicherung für den Film zu sein. Die Werbung verspricht dem Konsumenten durch dreidimensionale Filme stärker in eine Handlung einzutauchen als es jemals möglich war. Bisher hatten Kameraleute den Schwerpunkt ihrer Arbeit in der Lichtgestaltung<sup>179</sup> gesehen und die Wahl des Bildausschnittes für zweitrangig gehalten. Doch die Tiefenwirkung ist nur simuliert und das bringt Probleme mit sich, auf die später noch näher eingegangen werden soll. Des Weiteren erzeugt 3D eine völlig eigenständige Ästhetik. Viele Regisseure und Kameramänner müssen erst den Umgang mit dem neuen Medium lernen. So berichtet 3D Artist und Stereoskopieexperte Stefan Albert. „Die Stereoskopie erlaubt es, neben sämtlichen monokularen Hinweisreizen auch die binokulare Disparation gezielt einzusetzen und erschafft damit ein völlig neues Seherlebnis mit einer höchst kreativ einsetzbaren absoluten Räumlichkeit - einhergehend mit neuen Spielregeln für Bildgestaltung, Kameraführung und Schnitt“<sup>180</sup>

Für Manchen Filmgestalter sind die mit 3D einhergehenden Veränderungen nicht reizvoll. So zeigt sich Regisseur Christopher Nolan distanziert und meint: „3D I think is an interesting development in movies or the resurgence of 3D. It's something we're looking at and watching. [But] There are certain limitations of shooting in 3D.“<sup>181</sup> Und tatsächlich kann es für eine herkömmliche Filmhandlung kontraproduktiv wirken, wenn der Blick des Zusehers durch die neu gewonnene Tiefe auf unerwünschte Bereiche gelenkt wird und

<sup>179</sup> Dies war notwendig, damit sich gleichfarbige Objekte bei einer zweidimensionalen Abbildung voneinander abheben. Erreicht wurde dies durch den Einsatz von Licht und Schatten.

<sup>180</sup> Vgl. Albertz, Stefan: "Basiswissen Stereoskopie“, Hrsg. In: Magazin Digital Production: Produktion, Sonderausgabe, 03/2010, S.28.



dabei unerwünschte Resultate eintreten. Einige davon werden im Kapitel VII.2) Problematische Phänomene des 3D Kinos auf Seite 79 thematisiert.

Es gibt derzeit zwei Möglichkeiten um einen Film in 3D zu erzeugen.

1. Die Produktion erfolgt gänzlich in 3D. D.h. am Computer oder mit 3D Kameras.
2. Die Produktion erfolgt in 2D und der 3D Effekt wird künstlich am Computer hinzugefügt. In diesem Fall wird von 3D Konvertierung gesprochen.

Die zweite Technik kam in Filmen wie „Kampf der Titanen“ (2010, Regie: Louis Leterrier), „Alice im Wunderland“ (2010, Regie: Tim Burton) oder „Die Legende von Aang“ (2010, Regie M. Night Shyamalan) zur Anwendung. Nun sind Filmklassiker im Gespräch für eine Konvertierung. Doch nicht nur wegen technischer Unvollkommenheiten stößt die aktuelle 3D Konvertierungstechnik auf Kritik. Die dreidimensionale Darstellung ändert die Bildwahrnehmung des Rezipienten grundlegend. Dies hat zur Folge, dass Kameramänner andere Blickwinkel, Ausschnitte und Objektanordnungen wählen müssten, um weiterhin ansprechende Bilder zu produzieren. Auch Schnittmeister, die auf dieses Bildmaterial aufbauen, müssten ihre Schnittbildlängen ändern, da ein Rezipient nun mehr oder weniger Zeit braucht, um den Bildinhalt zu erfassen. So stellt Michael Brink zu dieser Problematik fest.

Im 2D kann die Kamera mehr springen und schnelle, harte Schnitte zeigen. Doch im 3D schafft genau dies Unwohlsein beim Betrachter und zerstört die Handlung. Deswegen müssen wir das vorhandene Material praktisch komplett neu schneiden und anordnen. [...] Moderat eingesetzt kann so etwas den Film verbessern - zum Beispiel wenn einzelne Handlungselemente besonders herausgehoben werden, oder Flashbacks und Traumsequenzen vorkommen. Aber eine komplette Konvertierung zerstört schnell die Wirkung.<sup>182</sup>

Die bereits angedachte 3D Konvertierung von Filmklassikern wie „Casablanca“, „Vom Winde verweht“ oder „Citizen Kane“ könnte daher den Filmen in ihrer ästhetischen und narrativen Wirkung mehr Schaden als Nutzen.

<sup>181</sup> Siehe Internetveröffentlichung: Weintraub, Steve: Christopher Nolan and Emma Thomas Interview INCEPTION – They Talk 3D, What Kind of Cameras They Used, Pre-Viz, WB, and a Lot More!, In: Collider.com, Baltimore, 25.03.2010. Quelle: <http://www.collider.com/2010/03/25/director-christopher-nolan-and-producer-emma-thomas-interview-inception-they-talk-3d-what-kind-of-cameras-they-used-pre-viz-wb-and-a-lot-more/> (06.03.2011).

<sup>182</sup> Vgl. Beier, Béla, Artikel: "3D Workflow für alle: Interview mit Michael Brink von Béla Beier", Hrsg. In: Magazin Digital Production: Produktion, Sonderausgabe, 03/2010, S.47.

## VII.1. Nutzung des 3D Effektes für Immersion

Die Stereoskopie erlaubt es, neben sämtlichen monokularen Hinweisreizen auch die binokulare Disparation gezielt einzusetzen und erschafft damit ein völlig neues Seherlebnis mit einer höchst kreativ einsetzbaren absoluten Räumlichkeit - einhergehend mit neuen Spielregeln für Bildgestaltung, Kameraführung und Schnitt<sup>183</sup>

Stefan Albertz, 3D Artist und Stereoskopieexperte

Durch Überbetonung von Kamera- und Objektbewegung sowie einer extremen Anordnung von Objekten im Raum kann die 3D Bildwirkung maximiert werden. Den anfänglich noch unbeschwerten Umgang mit dem Medium dokumentieren Arbeitsbegriffe wie "Nose Picking"<sup>184</sup>. Darunter versteht man die Überbetonung von Objekten im dreidimensionalen Raum in Richtung des Zusehers. Ein Objekt wird in die Zuschauer geworfen oder es ragt aus der Bildfläche heraus, wie in Abbildung 31 auf Seite 76. Da diese Effekte die menschliche Wahrnehmung stark fordern, gelten solche Darstellungen für die meisten Hollywoodfilme als zu aggressiv.<sup>185</sup> Daher werden Filme in diesem Umfeld mit eher zurückhaltenden 3D Effekten gedreht. Nur bei dramatischen Momenten kommt ein rasches oder extremes Austreten aus der Bildebene in Richtung Zuschauerraum zur Anwendung. Hingegen wird die Tiefenwirkung des 3D Effektes ständig genutzt, was zu



Abbildung 32: 2D-Standbild aus dem 3D-Film "Dark Country" 2009 von Thomas Jane. Ein Polizist im Vordergrund, zu sehen ist nur ein Teil seines Körpers mit Schlagstock und Ellbogen, leuchtet dem Protagonisten Dick (Thomas Jane) ins Gesicht.

einer Art „Schaufensterästhetik“ führt. Zur besseren Unterscheidung wird all das, was sich auf der Leinwandebene abspielt, als neutrale Ebene bezeichnet. Das plastische Austreten daraus wird, wenn es zu dem Rezipienten gerichtet ist, als „positive“ und im anderen Fall „negative Raumbene“ bezeichnet.

<sup>183</sup> Vgl. Albertz, Stefan: "Basiswissen Stereoskopie", Hrsg. In: Magazin Digital Production: Produktion, Sonderausgabe, 03/2010, S.28.

<sup>184</sup> Vgl. Albertz, Stefan: "Basiswissen Stereoskopie", Hrsg. In: Magazin Digital Production: Produktion, Sonderausgabe, 03/2010, S.28.

<sup>185</sup> Vgl. Beier, Béla, Artikel: "3D Workflow für alle: Interview mit Michael Brink von Béla Beier", Hrsg. In: Magazin Digital Production: Produktion, Sonderausgabe, 03/2010, S.47.

## VII.2. Problematische Phänomene des 3D Kinos

### VII.2.a. Negative Disparation



Abbildung 33: "Negative Disparation" (hellgrüne Linie) tritt auf, wenn ein 3D-Element deutlich in den Zuschauerraum (positive Bildebene) ragt und gleichzeitig am Rand „angeschnitten“ ist. Dies liegt an den inkonsistenten Informationen, die die beiden Augen erhalten. Je „näher“ das Objekt zum Betrachter im positiven Bildraum positioniert wird, umso auffälliger wird auch der negative Disparationseffekt empfunden, weil vom einen Auge mehr vom anderen Auge weniger Objektinformationen wahrgenommen wird.

Abgesehen davon, dass eine übertriebene 3D Ästhetik das Publikum stressen kann, führen 3D Darstellungen auf einer Leinwand zu tatsächlichen Störungen in der Wahrnehmung. Dieser Fall tritt auf, wenn das hervorstechende Objekt sich entlang des Bildrands oder darüber hinaus bewegt und das Objekt am Bildrand von einem der beiden Augen nicht mehr wahrgenommen werden kann. Der Vorgang wird als "negative Disparation" bezeichnet (siehe Abbildung 33).<sup>186</sup> Im Gehirn des Betrachters sorgt dies für starke Irritation. Zuseher empfinden solche Aufnahmen bei langer Abbildungsdauer als äußerst störend. Dadurch sind Filmemacher angehalten, Objekte vom Bildrand fernzuhalten, die Schnittfrequenz zu erhöhen oder die Blicke der Zuseher auf zentrale Bereiche zu lenken. Bemerkenswerter Weise wurde die "negative Disparation", die tatsächlich bis zur Übelkeit führen kann, bereits als Stilmittel eingesetzt. So hat Kameramann Geoff Boyle im 3D-Film *Dark Country* (2009, Regie: Thomas Jane) bewusst eine Einstellung eines Mannes im schwarzen Anzug so gewählt, dass dieser aus dem Bild herausragt, aber gleichzeitig an den linken und rechten Bildrand „abgeschnitten“ ist. Um das düstere Wesen der Filmfigur zu unterstreichen, sei ihm das Unwohlsein beim

<sup>186</sup> Vgl. Albertz, Stefan: "Basiswissen Stereoskopie", Hrsg. In: Magazin Digital Production: Produktion, Sonderausgabe, 03/2010, S.28f.

Publikum eine „willkommene Nebenreaktion“<sup>187</sup> gewesen. In Abbildung 33 wird angenommen, dass sich der Protagonist (grün) nur geringfügig von der Leinwandebene abhebt und damit als flaches Objekt auf der Leinwandebene erscheint.

Die Leinwandebene wird als neutrale Ebene bezeichnet. Das plastische Austreten in Richtung des Rezipienten erfolgt in eine positive Raumebene. Dementsprechend liegt eine negative Raumebene im Hintergrund. Dies ist in Abbildung 34 auf Seite 80 gezeigt.

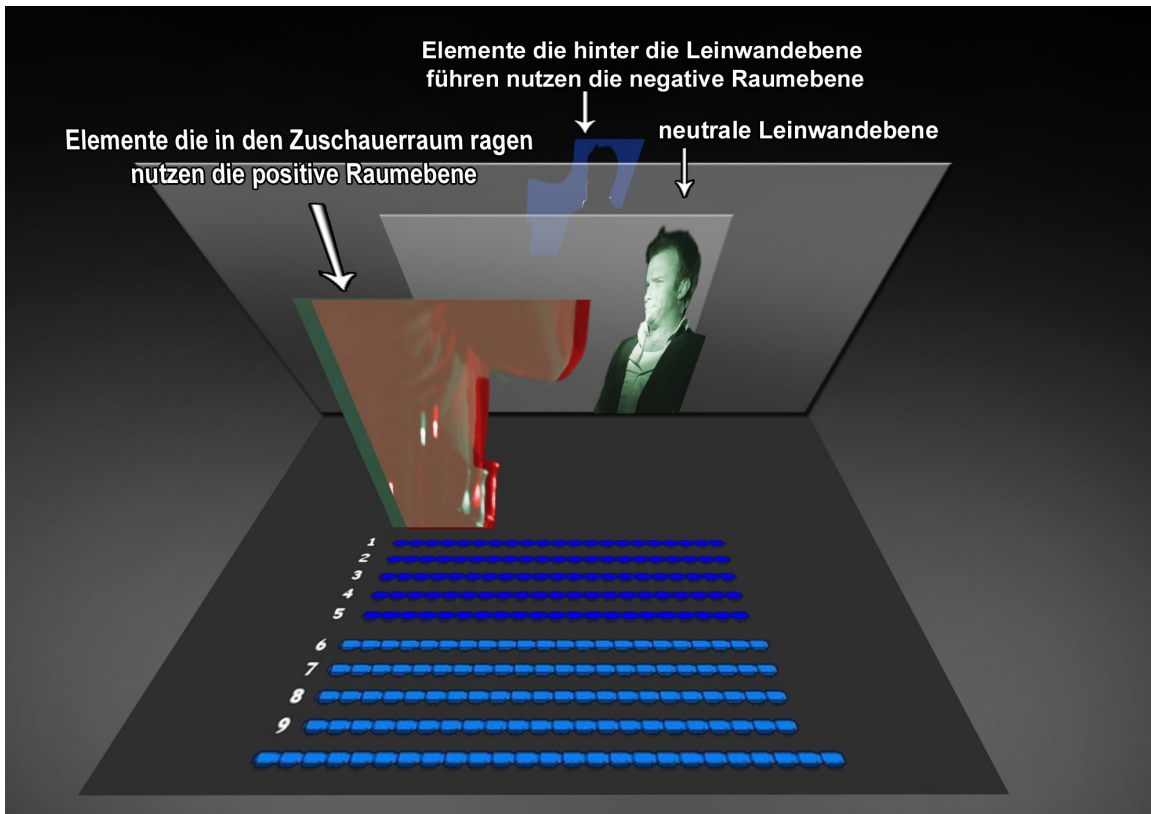


Abbildung 34: Vereinfachte dreidimensionale Darstellung eines Kinosaales mit einer überlagerten Nachbildung des Tiefeneindrucks eines Rezipienten beim Betrachten der 3D-Projektion. Zu sehen ist der Protagonisten (grün) auf der Leinwandebene (hellgrau). Aus der Bildebene ragt der "angeschnittene" Polizist (rötlich-grün). Hinter der Leinwandebene sind die Elemente des Hintergrunds (blau) zu sehen.

Der Hintergrund (blau) scheint basierend auf einer optischen Täuschung, durch den Spezialprojektor in Kombination mit einer 3D-Brille, tatsächlich in die Tiefe zu führen. Als problematisch erweist sich jedoch der Polizist in der rötlichen Ebene (Hier nur schemenhaft zu erkennen). Dieser ragt bei der dreidimensionalen Darstellung aus der Leinwandebene heraus und ist gleichzeitig an drei Rändern „angeschnitten“, wodurch er als ein unnatürlich schwebendes Objekt im Raum erscheint (rötliche Ebene in Abbildung 34). Zudem entsteht für den Rezipienten entlang der grünen Linie (hellgrün in Abbildung 33 und dunkelgrün in Abbildung 34) eine „Negative Disparation“. D.h. es tritt eine optische

<sup>187</sup> Vgl. ebenda S29.

Irritation im Sehapparat des Menschen auf, weil das Projektionsbild für die beiden Augen an unterschiedlichen Stellen an- oder abgeschnitten ist. Irritierend sind auch die oberen und unteren Ränder eines Objektes, wenn sie am Bildrand abrupt enden (Abbildung 34). Für den Rezipienten erschließt sich dies jedoch nicht. Er sieht nur das vor ihm schwebende Objekt mit fehlenden Kanten.

### VII.2.b. Unschärfeproblematik

Eine weitere Art des Unwohlseins wird durch die Tiefenschärfe der Kamera verursacht. Um einen Film betrachten zu können, ist es beim 3D Film notwendig, das Auge auf die Leinwand zu fokussieren. Auch bei geringer Unschärfe versucht das Auge die scheinbare Tiefe scharfzustellen, was natürlich misslingt, da das Bildmaterial tatsächlich unscharf ist. Deshalb nutzen 3D Filme bevorzugt eine hohe Tiefenschärfe, wie es in Abbildung 31 auf Seite 76 der Fall ist. Im Gegensatz dazu zeigt die Abbildung 24 mit dem 35mm Filmstreifen auf Seite 65 eine extrem geringe Tiefenschärfe, die bei einer 3D Darstellung Unbehagen erzeugen kann.

### VII.2.c. Irritation der Augenkoordination

Selbst wenn das Bild in der Raumtiefe scharf erscheint, wird ein anderer unerwünschter Effekt eintreten. Um einen Film im konventionellen 2D Kino in voller Schärfe wahrnehmen zu können, muss der Blick des Zusehers immer genau auf der Leinwandebene fokussiert sein. Dieser Gewohnheit folgend und herausgefordert durch das neue Medium, versucht das Auge beim 3D Kino abwechselnd auf Vorder- und Hintergrund scharf zu stellen. Da der Raumeffekt jedoch nur eine optische Täuschung ist, reagiert das Auge mit Irritation. Es entsteht ein visuelles Paradoxon. Das Gehirn löst dies durch eine Verstärkung der Schärfewahrnehmung auf Kosten der Tiefenwahrnehmung.<sup>188</sup> D.h. umso länger ein Film in 3D betrachtet wird, umso weniger kann der 3D Effekt wahrgenommen werden und der Film erscheint beinahe wie ein normaler 2D Film. Dies kann sogar das räumliche Sehen eine gewisse Zeit nach dem Besuch eines 3D Kinos beeinträchtigen. Es tritt nur dann kein Verlust der Tiefenwahrnehmung auf, wenn der Blick des Zusehers vorwiegend auf der Leinwandebene (vgl. grüner Bildbereich in Abbildung 34 auf Seite 80) haften bleibt. Ziel der Filmemacher muss es daher sein, den Blick des Zusehers so zu lenken, dass dieser weder versucht ist, in die scheinbare Bildtiefe zu blicken, noch auf etwas vor der Leinwandebene zu fokussieren.<sup>189</sup>

<sup>188</sup> Vgl. Internetveröffentlichung: Heise online (Hrsg.) [Autorkürzel „jkj“]: Wie gefährlich ist 3D?, In: Heise online, Hannover, 24.04.2010. Quelle: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Wie-gefaehrlich-ist-3D-985179.html> (03.03.2011).

<sup>189</sup> Bei der Inszenierung von 3D Filmen sollten daher für die Handlung wesentliche Objekte und Personen weder in der positiven noch negativen Raumebene platziert sein.

### **VII.3. Kritische Betrachtungen zu 3D**

Die „Negative Disparation“, die „Unschärfeproblematik“ die „Irritation der Augenkoordination“, all diese Dinge stellen einen großen Eingriff in die bestehende Freiheit der Bildsprache dar. Schlussendlich bedeutet es für den Filmgestalter, dass sich das „Wichtige“ nun nur noch in einer Tiefenebene, nämlich genau auf Höhe der Leinwand, abspielen soll. Die Inszenierung des Vordergrundes und Hintergrundes wird vermieden. Die Objekte werden in der für die Augen unproblematischen neutralen Leinwandebene positioniert, was den dreidimensionalen Eindruck schwächt. Ob diese Einschränkungen in Zukunft durch die Entwicklung einer neuartigen Bildsprache kompensiert wird oder durch eine bessere Projektionstechnik umgangen werden kann, bleibt abzuwarten. Die Vermarktung von 3D läuft trotz dieser Probleme bestens. Die ersten 3D TV Geräte und 3D-Spielekonsolen stehen, mit den gleichen Problematiken, zum Verkauf bereit. Doch im Sinne einer ungebundenen Bildästhetik und einer bestmöglichen Bildsprache sollten Filmemacher eher zurückhaltend bei der Wahl von 3D als Stilmittel sein, denn abgesehen von einem faszinierenden Tiefeneffekt und der Aussicht, mehr Aufmerksamkeit bei der Verwertung zu erregen, hat 3D in seiner derzeitigen Form dem künstlerischen Entstehungsprozess mehr geschadet als genutzt. Aber vielleicht kommt in naher Zukunft ein innovativer Film, der dem dreidimensionalen Effekt zu einem wahren narrativen Zweck verhilft. Ähnlich, wie viele Kameramänner, die es gewohnt waren, in Schwarzweiß zu drehen, erst lernen mussten, die Farbe in ihrer Sprache zu nutzen. Es bleibt abzuwarten.

## **VIII. RESÜMEE UND KRITIK**

Marktwirtschaftliche Prinzipien beherrschen das Filmgeschäft nicht nur in Hollywood. Gleichzeitig stellt die Entwicklung eines Filmes einen nicht wiederholbaren Prozess dar, was der Anforderung an ein Massenprodukt entgegen steht. Filmproduktion ist daher eine schwer zu definierende Mischung aus wiederholbarem Handwerk und einmaligem künstlerischen Wirken. Filmforscher und Psychologe Dirk Blothner bezeichnet es als das „einzige Unternehmen, das wir auch dann über Jahrzehnte führen können, wenn wir seine Regeln nicht kennen.“<sup>190</sup> Trotzdem oder gerade deshalb orientieren sich Produzenten wie auch Filmemacher bevorzugt an bekannten und erfolgreichen Mustern und Strategien. Die mitreißende Wirkung der Immersion ist dabei für die Traumfabrik Hollywoods von größter Bedeutung. Verbindet sich doch darin die Realität mit der Illusion. Doch stellt sich die Frage, wie weit dieser Verwischungseffekt zwischen Realität und virtuellem Raum wünschenswert und auch moralisch vertretbar ist. Wie weit kann der Rezipient zwischen

---

<sup>190</sup> Siehe Blothner, Dirk: Das geheime Drehbuch des Lebens. 2003. S.9.

den konsumierten Gefühlen und seiner eigenen Empfindung trennen? Wie anhand der Beispiele von NS-Propagandafilmen gezeigt wurde, ist Film nicht nur zur kurzzeitigen Auflösung der Eigenempfindung fähig, sondern auch zur langfristigen Veränderung des individuellen Wertesystems. Die Art, wie Film- und Mediengestalter Weltbilder, Ansichten und Verhaltensweisen vermitteln, hat Auswirkungen auf das Publikum.



Abbildung 35: Sensibilisierung und Desensibilisierung. Charlie Chaplin stellt den NS- Führerkult bloß indem er dessen Mechanismen offenlegt.

Film ist ein Werkzeug zur Sensibilisierung oder Desensibilisierung und als solches mit Vorsicht anzuwenden. In Kombination mit Ästhetik wurde es in der Zeit des Nationalsozialismus zu einem Mittel der Manipulation und Verhetzung. Um Menschen davor zu schützen, muss man sie über die suggestive und propagandistische Wirkung des Films informieren und ihre Medienkompetenz schulen. Vor allem die Satire ist dabei ein

wirkungsvolles Mittel. Im Film „Der große Diktator“ (1940, Regie: Charlie Chaplin und Wheeler Dryden) stellte Charlie Chaplin den Führerkult des Nationalsozialismus bloß (siehe Abbildung 35). Im Spielfilm „Die Truman Show“ (1998, Regie: Peter Weir) offenbarte sich für viele Zuseher der manipulative Einfluss von Medien und Werbung.

Das amerikanische Hollywoodkino verfügt zwar über eine der effektivsten kinematographischen Bild- und Tonsprachen der Welt. Trotzdem sind die modernen Filmcodes Hollywoods nicht besser oder schlechter als andere. In seinen ästhetischen Möglichkeiten ist der Code Hollywoods gerade durch seine effektive und gleichzeitig hoch spezialisierte Ausformung beschränkt und unflexibel. Mängel liegen aber auch in den Produktionsbedingungen. Schließlich handelt es sich um ein Geschäftsfeld, in dem nicht der künstlerische Prozess, sondern die erfolgreiche Vermarktung, zählt. Des Weiteren handelt es sich bei den Konsumenten nicht um Menschen mit speziellen Interessen und hoher Medienkompetenz. Für eine breitgefächerte Zielgruppe werden alle missverständlichen Aspekte eines Stoffes in einfache klassische Rezeptionsmuster umgewandelt. Dies schiebt dem kreativen Freiraum einen Riegel vor und macht in manchen Fällen aus einem ursprünglich ausgezeichneten Originalstoff eine mittelmäßige Filmhandlung. Hollywood beschreibt sich als Traumfabrik, doch so phantasievoll wie ihr Ruf ist, erweist sich diese Fabrik nicht. Dass die Innovationskraft nie gänzlich zum Stillstand kam, ist nicht nur eine Folge der finanziellen Krisenzeiten, sondern den

Regisseuren und Produzenten zu verdanken, die es wagten, mit Neuem zu experimentieren. Allerdings beeindruckten die Vertreter der großen Hollywoodproduktionen mehr durch technische als durch künstlerische Innovationen. Die Bevorzugung von immersiven Stilmitteln und immersiven Strategien mit ihren Regeln und Voraussetzungen steht nach wie vor im Widerspruch zum kreativen Schaffensprozess. Jedes strategische Vorgehen bei der Filmproduktion, jedes Lehrbuch und jedes wissenschaftliche Dogma, steht einer schöpferischen Kraft entgegen. Und so wie ein Zitat von Derek Jarman das hier vorgestellte Thema „Reizvolles Eintauchen: Immersionsstrategien und immersive Stilmittel im amerikanischen Spielfilm“ eingeleitet hat, soll die Arbeit mit einem Zitat des Regisseurs seinen Abschluss finden.

Anstatt immerzu die gleichen bewährten Muster zu kopieren und Strategien zu verfolgen, sollte in der Traumfabrik mehr Platz für Experimente und Kreativität sein. Statt dessen verharren Filmproduktionen darauf, ihrem Publikum zu gefallen. Für das Wohl des Publikums wäre es jedoch sinnvoller, in Zukunft weniger Rücksicht auf sie zu nehmen.<sup>191</sup>



Abbildung 36: Abschlussbild in "ARIA", 1987 von Derek Jarman  
Super-8 Film konvertiert auf 35mm.

---

<sup>191</sup> Siehe Frey, Martin: Derek Jarman: Bewegte Bilder eines Malers, 2008, S.132.



## IX. QUELLENANGABEN

### IX.1. Abbildungsverzeichnis

Ich habe mich bemüht, Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen, um ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit einzuholen. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

Abbildung 1: Einzelbild aus dem Film „Das zauberhafte Land“ (1939) Regie: Victor Fleming.

Quelle: <http://www.gonemovies.com/www/MyWebFilms/Drama/WizardEmerald.jpg> (05.03.2011)

Abbildung 2: Einzelbild aus dem Film „Prince of Persia: Der Sand der Zeit“ (2010) Regie: Mike Newell. Quelle: Extrahiertes Standbild aus dem DVD Film: „Prince of Persia: Der Sand der Zeit“.

Abbildung 3: Organigramm von Johannes Scherzer. Die freundliche Genehmigung des Autors, seine Darstellung in dieser Arbeit verwenden und verändern zu dürfen, wurde schriftlich eingeholt.

Quelle: Scherzer, Johannes: Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die immersive Ästhetik, 2010, S.28.

Abbildung 4: Bildmanipulation am Organigramm von Johannes Scherzer. Die Genehmigung, Bildmanipulationen am Original-Organigramm Johannes Scherzer aus dessen Arbeit „Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die Immersive Ästhetik“ durchzuführen, wurde beim Autor eingeholt.

Quelle: Änderungen durchgeführt von Philipp Glaninger. Original stammt von: Scherzer, Johannes: Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die immersive Ästhetik, 2010, S.28.

Abbildung 5: Einzelbild aus dem Film „Rashomon“ (1950) Regie: Akira Kurosawa.

Quelle: <http://theseventhart.files.wordpress.com/2008/04/rashomon.jpg> (Datum: 03.03.2011)

Abbildung 6: Werbegraphik der Viral-Marketingkampagne für den Film Cloverfield

Quelle: <http://www.postergeek.com/WallPapers/1-18-08/11808-2.jpg> (02.03.2011)

Abbildung 7: Einzelbild aus einem Viral-Internetvideo des Spielfilm Cloverfield.

Quelle: <http://www.iwatchstuff.com/2008/01/07/cloverfield-viral-video.jpg> (03.03 2011)

Abbildung 8: Einzelbild aus dem Videofilm „Assassin's Creed Lineage Short Movie 1“ (2009) Regie: Yves Simoneau.

Quelle: [http://www.youtube.com/watch?v=vHVSvHw\\_ol](http://www.youtube.com/watch?v=vHVSvHw_ol) (04.03.2011)

Abbildung 9: Gegenüberstellung der Promofotographien der Serie Raumschiff Enterprise (1966-1969) und des Spielfilmes Star Trek (2009)

Quelle: <http://www.equilibriumblog.de/wordpress/wp-content/uploads/startrekcomparison.jpg> (03.03 2011)

Abbildung 10: Einzelbildzusammenstellung aus dem Film „Ratatouille“, 2007, Regie: Brad Bird und Jan Pinkava. Quelle: DVD „Ratatouille“.

Abbildung 11: Einzelbild aus dem Film „Ratatouille“, 2007, Regie: Brad Bird und Jan Pinkava. Quelle: DVD „Ratatouille“.

Abbildung 12: Einzelbild aus dem Film „Das Zauberhafte Land“. (1939) Regie: Victor Fleming.

Quelle: <http://www.myconfinedspace.com/wp-content/uploads/2010/08/wizard-fo-oz-dorothy.jpg> (04.03.2011)

Abbildung 13: Ein Leni Riefenstahl zugeschriebenes Foto von den Olympischen Spielen von Berlin 1936. Quelle:

[http://d1.stern.de/bilder/stern\\_5/fotografie/2010/KW22/Leni\\_Riefenstahl\\_Ausstellung/Leni\\_Riefenstahl\\_Der\\_Turmspringer\\_Berlin\\_1936\\_maxsize\\_735\\_490.jpg](http://d1.stern.de/bilder/stern_5/fotografie/2010/KW22/Leni_Riefenstahl_Ausstellung/Leni_Riefenstahl_Der_Turmspringer_Berlin_1936_maxsize_735_490.jpg) (03.03.2011)

Abbildung 14: Einzelbild aus dem Film „Avatar – Aufbruch nach Pandora“ (2009) von James Cameron. Quelle: DVD „Avatar – Aufbruch nach Pandora“.

Abbildung 15: Beschnittenes Einzelbild aus dem Film „The Princess and the Frog“ (2009) von Ron Clements und John Musker.

Quelle: <http://images2.fanpop.com/image/photos/13700000/Tiana-The-Princess-and-the-Frog-disney-princess-13785273-1280-720.jpg> (03.03.2011)

Abbildung 16: Beschnittenes Einzelbild aus dem Film „Avatar – Aufbruch nach Pandora“ (2009) von James Cameron.

Quelle: <http://www.merkur-online.de/bilder/2009/12/16/559910/442627427-aufbruch-nach-pandora-kinostart-avатар.9.jpg> (03.03.2011)

Abbildung 17: Webgraphik für die Bewerbung des Kinofilmes "Distrikt 9".

Quelle: [http://www.itsartmag.com/features/zoicdistrict/district-9-affiche\\_208824\\_5343.jpg](http://www.itsartmag.com/features/zoicdistrict/district-9-affiche_208824_5343.jpg) (03.03.2011)

Abbildung 18: Einzelbild aus dem Film „District 9“ (2009) von Neill Blomkamp.

Quelle:

<http://latimesherocomplex.files.wordpress.com/2009/12/6a00d8341c630a53ef012876925228970c-600wi.jpg> (03.03.2011)

Abbildung 19: Bildgegenüberstellung, basierend auf zwei Einzelbilder aus dem Film "Zurück in die Zukunft" (1985) Regie: Robert Zemeckis. Quelle: DVD "Zurück in die Zukunft".

Abbildung 20: Bildgegenüberstellung, basierend auf zwei Einzelbilder aus dem Film "Zurück in die Zukunft" (1985) Regie: Robert Zemeckis. Quelle: DVD "Zurück in die Zukunft".

Abbildung 21: Standbild aus dem Film „Das Boot“ 1981 von Wolfgang Petersen.

Quelle: DVD: „Das Boot – Director's Cut“.

Abbildung 22: Bildgegenüberstellung, basierend auf zwei Einzelbilder aus dem Film "Zurück in die Zukunft" (1985) Regie: Robert Zemeckis. Quelle: DVD "Zurück in die Zukunft".

Abbildung 23: Bildgegenüberstellung, basierend auf zwei Einzelbilder aus dem Film „Catch me if you can“ 2002 von Steven Spielberg. Quelle: DVD „Catch me if you can“.

Abbildung 24: Positiver 35mm Filmstreifen. Quelle:  
<http://moblog.net/media/e/s/s/essitam/35mm.jpg> (04.März.2011)

Abbildung 25: Einzelbild aus dem Film „Der gute Hirte“ 2006 von Robert De Niro.  
Quelle: DVD „Der gute Hirte“.

Abbildung 26: Einzelbild aus dem Film „Hero“ 2002 von Zhang Yimou. Quelle: DVD „Hero“.

Abbildung 27: On Set-Foto von Public Enemies mit Johnny Depp und Chefkameramann Dante Spinotti mit der Kamera F23 von Sony.  
Quelle: <http://insidereel.files.wordpress.com/2009/06/pe-f23.jpg?w=497&h=321> (04. März 2011)

Abbildung 28: Einzelbild aus dem Film „Inception“ 2010 von Christopher Nolan. Quelle: DVD „Hero“.

Abbildung 29: On Set-Foto von Inception mit Leonardo DiCaprio und Marion Cotillard sowie einem Kameramann mit der Panavision Panaflex Millennium XL Kamera.  
Quelle: <http://cdn.screenrant.com/wp-content/uploads/Inception-set-photo-Leonardo-DiCaprio-Marion-Cotillard.jpg> (03.03.2011)

Abbildung 30: Einzelbild aus dem Film „Der Soldat James Ryan“ 1998 von Steven Spielberg. Quelle:  
[http://highdefdiscnews.com/images/savingprivateryan/saving\\_private\\_ryan\\_1.png](http://highdefdiscnews.com/images/savingprivateryan/saving_private_ryan_1.png)  
(06.04.2011)

Abbildung 31: 2D Standbild aus dem 3D Film „Eine Weihnachtsgeschichte“ (2009), Regie: Robert Zemeckis  
Quelle: <http://www.altfg.com/Stars/c/christmas-carol-jim-carrey.jpg> (14.03.2011)

Abbildung 32: Einzelbild aus dem Film "Dark Country" (2009) Regie Thomas Jane. Quelle des linken Standbildes: DVD "Dark Country".

Abbildung 33: Bildmanipulation, basierend auf einem Standbild aus "Dark Country" (2009) Regie Thomas Jane. Quelle: DVD "Dark Country".

Abbildung 34: Bildmanipulation basierend auf einem Standbild aus "Dark Country" (2009) Regie Thomas Jane. Quelle: DVD "Dark Country".

Abbildung 35: Einzelbild aus dem Film „Der große Diktator“ 1940 von Charlie Chaplin und Wheeler Dryden. Quelle: DVD „Der große Diktator“.

Abbildung 36: "ARIA", auch bekannt als DEPUIS LE JOUR als ein Segment für ARIA von Don Boyd für Art-House Fantasia, Regie: Derek Jarman, Länge 5 Minuten, Produktionsjahr 1987. Quelle: Youtube – Derek Jarman/ „Aria“  
<http://www.youtube.com/watch?v=qZIDr5kDsNc> TC: 00:00:14:00 (03.03.2011)

## IX.2. Bibliographie

- Bieger, Laura: **Ästhetik der Immersion: Raum-Erleben zwischen Welt und Bild. Las Vegas, Washington und die White City**, Transcript, Berlin, 2007.
- Béla Balázs: **Zur Kunstphilosophie des Films (1938)**, In: Albersmeier, Franz-Josef(Hrsg.): : Texte zur Theorie des Films, Reclam, Stuttgart, 1995.
- Brandlmeier, Thomas: **Kameraautoren: Technik und Ästhetik**, Schüren Verlag, Marburg, 2008.
- Brockhaus Enzyklopädie in vierundzwanzig Bänden: 4. Band: BRO-COS. A. Brockhaus, Mannheim, 1989.
- Brockhaus Enzyklopädie in vierundzwanzig Bänden: 6. Band: DS-EW. A. Brockhaus, Mannheim, 1989.
- Brockhaus Enzyklopädie in vierundzwanzig Bänden: 7. Band: EX-FRT. A. Brockhaus, Mannheim, 1989.
- Brockhaus Enzyklopädie in vierundzwanzig Bänden: 10. Band: HERR-ISF. A. Brockhaus, Mannheim, 1989.
- Brockhaus Enzyklopädie in vierundzwanzig Bänden: 21. Band: HERR-ISF. A. Brockhaus, Mannheim, 1989.
- Blothner, Dirk: **Das geheime Drehbuch des Lebens: Kino als Spiegel der menschlichen Seele**, Bastei Lübbe, Bergisch Gladbach, 2003.
- Böhme, Gernot: **Atmosphäre: Essays zur neuen Ästhetik**, Suhrkamp, Frankfurt, 1995.
- Burg, Heinz, Andreas Moser(Hrsg.): **Handbuch Verkehrsunfallrekonstruktion: Unfallaufnahme, Fahrdynamik, Simulation**, Vieweg + Teubner, Wiesbaden, 2009.
- Field, Syd; Märthesheimer, Peter; Längsfeld, Wolfgang; u.a.: **Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis**, List Verlag, Leipzig 1996.
- Felser, Georg: **Werbe- und Konsumentenpsychologie**, Spektrum Verlag, Heidelberg, 2001.
- Freeman, Michael: **Der fotografische Blick: Bildkomposition und Gestaltung**, Markt+Technik Verlag, München, 2007.
- Freeman, Michael: **Die fotografische Idee: Bildkomposition und Aussage**, Markt+Technik Verlag, München, 2010.
- Frey, Martin: Derek Jarman - **Bewegte Bilder eines Malers: Home Movies, Super-8-Filme und andere kleine Gesten**, Books on Demand GmbH, Wien, 2008.
- Frisch, Simon: **Myhtos Nouvelle Vague – Wie das Kino in Frankreich neu erfunden wurde**, Schüren Verlag GmbH, Marburg, 2007.

Geyer, Bernhard: **Scheinwelten: Die Geschichte der Perspektive**, Seemann Verlag, Leipzig, 1994.

Grau, Oliver: **Telepräsenz: Zu Genealogie und Epistemologie von Interaktion und Simulation**, in: Peter Gendolla u.a. (Hg.): Formen interaktiver Medienkunst. Geschichte, Tendenzen, Utopien, Suhrkamp, Frankfurt/Main 2001.

Grau, Oliver: **Virtual Art: From Illusion to Immersion**, MIT Press, London, 2003.

Hediger, Vinzenz: **Rituale des Wiedersehens: Kinofilm im Zeitalter seiner Verfügbarkeit auf Video**, In: Adelman, Ralf; Hoffmann, Hilde; Nohr, Rolf F.(Hg.): REC – Video als mediales Phänomen, VDG, Weimar, 2002.

Heller, Eva: **Wie Farben wirken: Farbpsychologie, Farbsymbolik, Kreative Farbgestaltung**, Rowohlt Taschenbuch, Hamburg, 2008.

Jarman, Derek: **Dancing Ledge**, London, Quartet Books Limited London. 1981.

Kreilhacker, Margarete: **Filmische Darstellungsformen im Erleben des Kindes - Untersuchungen über psycho- physische Begleiterscheinung und Auswirkungen des Filmerlebens**, Ernst Reinhardt Verlag, München, 1967.

Krzeszowiak, Tadeusz: **Licht am Theater - Von der Antike bis gestern**, In: Greisenegger, Wolfgang, Krzeszowiak, Tadeusz(Hg.) Schein Werfen - Theater Licht Technik, Christian Brandstätter Verlag, Wien, 2008.

Kroeber-Riel, Werner Weinberg, Peter: **Konsumentenverhalten**, Verlag Vahlen, München, 2003.

Kronsteiner, Nicole: **Strategien der Werbung im Fernsehen: Wie werden Kinder „verführt“?**, Diplomarbeit, Wien, 2009.

Maderthaler, Rainer: **Psychologie**, Ebner & Spiegel, Ulm. 2008.

Merleau-Ponty, Maurice: **Phänomenologie der Wahrnehmung**, Gruyter, Berlin, 1976.

Mikunda, Christian: **Kino spüren: Strategien der emotionalen Filmgestaltung**, WUV Universitätsverlag, Wien, 2002.

Monaco, James: **Film verstehen: Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der neuen Medien**, Rowohlt Verlag, Hamburg, 2000.

Moser, Heinz: **Einführung in die Medienpädagogik: Aufwachsen im Medienzeitalter**, SV Verlag, Opladen, 2000.

Neumann, Reiner, Ross, Alexander: **Der Macht-Code: Spielregeln der Manipulation**, Hanser, Regensburg, 2007.

Scherzer, Johannes: **Der Tondramaturgische Raum als Gestaltungsmittel für die immersive Ästhetik**, Diplomarbeit, Potsdam-Babelsberg, 2010.

Schmidt, Ulrich: **Digitale Film und Videotechnik**, Fachbuchverlag Leipzig, Kösel, 2002.

Seel, Martin. **Ästhetik und Aisthetik: Über einige Besonderheiten ästhetischer Wahrnehmung**, In: Bild und Reflektion: Paradigmen und Perspektiven gegenwärtiger Ästhetik, Recki, Birgit; Wiesing, Lambert (Hrsg.), Wilhelm Fink Verlag, München, 1997.

Snyder, Blake: **Save the Cat!**, Studio City, McNaughton & Gunn, 2005.

Solso, Robert L.: **Cognitive psychology**, Allyn and Bacon, Boston 1998.

Stowassers Schul- und Handwörterbuch - 7. Auflage, Freytag Verlag, Leipzig 1930.

Truffaut, François: **Mr. Hitchcock, wie haben Sie das gemacht?**, Wilhelm Heyne Verlag GmbH, München, 2001.

Zimbardo, Philip G.: **Psychologie - mit 47 Tabellen**, Springer, Berlin, 1995.

Zuffi, Stefano: **Versteckte Botschaften 2: Die Bilder der Meister der italienischen Renaissance entschlüsseln und verstehen**, Parthas Verlag, Berlin, 2009.

### IX.3. Zeitungsartikel und Magazine

Albertz, Stefan: **Basiswissen Stereoskopie**, Hrsg. In: Digital Production - dp Special Produktion - Stereo 3D Produktion, Sonderausgabe 03/2010, ATEC, Regensburg.

Beier, Béla: **3D Workflow für alle: Interview mit Michael Brink von Béla Beier**, In: Digital Production - dp Special Produktion - Stereo 3D Produktion, Sonderausgabe 03/2010, ATEC, Regensburg.

Hrsg. Xbox World [Autor unbekannt]: **Q and A with Sébastien Puel**, In: Xbox World 360, Ausgabe November 2009, Future PublishingLtd, Bath.

### IX.4. Internetquellen

Adams, Ernest: Gamasutra July 9, 2004, Hrsg. In: The Designer's Notebook: the professional website of Ernest Adams, [Ort unbekannt], 09.07.2004. Quelle: [http://designersnotebook.com/Columns/063\\_Postmodernism/063\\_postmodernism.htm](http://designersnotebook.com/Columns/063_Postmodernism/063_postmodernism.htm) (03. März 2011).

Albers, Sophie: Das Erfolgsrezept des Königs von Hollywood, Stern.de GmbH , Hamburg, 21.05.2010. Quelle: <http://www.stern.de/kultur/film/prince-of-persia-produzent-jerry-bruckheimer-das-erfolgsrezept-des-koenigs-von-hollywood-1567724.html> (03. 03 2011).

Ars Electronica Linz GmbH [Autor unbekannt]: Statement der Jury für Interaktive Kunst, In: Ars Electronica 1995, Linz, 1995. Quelle: [http://www.aec.at/archiv\\_project\\_de.php?id=2552](http://www.aec.at/archiv_project_de.php?id=2552) (03.März.2011).

Bangshowbiz.com (Hrsg.) [Autor Unbekannt]: Michael Mann's HD defence, In: Bangshowbiz.com, STV, Glasgow, 01.07.2009. Quelle: <http://entertainment.stv.tv/film/106091-michael-manns-hd-defence/> (Datum 06.03.2011).

Bitmanagement Software GmbH Berg [Autor unbekannt]: 3D Glossar Bitmanagement , In:

Bitmanagement, Germany, [Datum unbekannt] Quelle:  
<http://www.bitmanagement.com/de/company/3d-glossary> (03.März.2011).

Blizzard (Hrsg.) [Autor unbekannt]: Blizzard Entertainment: Pressemeldungen, Hrsg In: Bizzard Entertainment, Paris, 07.08.2010. Quelle: <http://eu.blizzard.com/de-de/company/press/pressreleases.html?101007> (03.03 2011).

Diskussionsteilnehmer „HeikoS“ [Name des Autors unbekannt]: Veröffentlicht als Beitrag in Forum FINAL-CUT-PRO.DE, In: screendepartment GbR, Christian Hoppe, Delbrück, 01.12.2008.  
Quelle: <http://www.finalcutprofi.de/phpboard/viewtopic.php?t=55421&postdays=0&postorder=desc&&start=0&sid=cf2d3cb92914973cb08bdebc58ba2f10> (02 03.2011).

Diskussionsteilnehmer „ppollo“ [Name des Autors unbekannt]: Veröffentlicht als Beitrag in Forum FINAL-CUT-PRO.DE, In: screendepartment GbR, Christian Hoppe, Delbrück, 01.12.2008. Quelle: <http://www.finalcutprofi.de/phpboard/viewtopic.php?t=55421&postdays=0&postorder=desc&&start=0&sid=cf2d3cb92914973cb08bdebc58ba2f10> (02 03.2011).

Dye, Lee: Bugs Bunny Study Reveals Memory's Malleability, In: ABC NEWS American broadcast television network, New York, 27.06.2001. Quelle:  
<http://abcnews.go.com/Technology/story?id=98195&page=3> (03. 03 2011).

Franich, Darren: James Cameron: 'Avatar' sequels coming Christmas 2014 and 2015, Hrsg. Inside Movies, Time Inc., Tampa, 24.01 2011.  
Quelle: <http://insidemovies.ew.com/2011/01/24/avatar-sequels-james-cameron/> (05.03:2011).

Glencarin, Frank: Public Enemies – 1920×800 reicht fürs Kino, Teil 1, Blog, [Ort Unbekannt], 21.08.2009. Quelle: <http://frankglencairn.wordpress.com/2009/08/21/public-enemies-1920x800-reicht-furs-kino-teil-1/> (06. März 2011).

Grau, Oliver: Immersion & Emotion – Zwei bildwissenschaftliche Schlüsselbegriffe, In: E-Journal Philosophie der Psychologie, Wien, 15.11.2006. Quelle:  
<http://www.jp.philo.at/texte/GrauO1.pdf> (13.03.2011).

Heise online (Hrsg.) [Autorkürzel „jkj“]: Wie gefährlich ist 3D?, In: Heise online, Hannover, 24.04.2010. Quelle: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Wie-gefaehrlich-ist-3D-985179.html> (03.03.2011)

IMDb (Hrsg.) [Autor unbekannt]: Inception (2010) – Technical specifications. In: IMDb.com, Inc., Seattle, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://www.imdb.com/title/tt1375666/technical> (03. 03. 2011).

IMDb (Hrsg.) [Datum unbekannt]: Warcraft (2013), Hrsg. In: IMDb.com, Inc., Seattle, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://www.imdb.com/title/tt0803096/> (03.03 2011).

Karlsruher Institut für Technologie Fakultät für Informatik - Institut für Anthropomatik (Hrsg.) [Autor unbekannt]: Multimodale Weiträumige Telepräsenz, In:Karlsruher Institut für Technologie, Karlsruhe, [Datum unbekannt]. Quelle:  
[http://isas.uka.de/de/Forschung#Multimodale\\_Weitr.C3.A4umige\\_Telepr.C3.A4senz](http://isas.uka.de/de/Forschung#Multimodale_Weitr.C3.A4umige_Telepr.C3.A4senz) (03.03.2011).

Keyes, Rob: Making `Thor` Accessible to Mainstram Audiences, Hrsg. In: screenrant.com, Vic Holtreman, [Ort unbekannt] 19.02.2011. Quelle: <http://screenrant.com/thor-movie-accessible-mainstream-audiences-rob-102192/> (03.03.2011).

Kodak (Hrsg.) [Autor unbekannt]: KODAK Introduces New Super 8 Motion Picture Film, 2010. Veröffentlicht auf: Kodak.com, Kodak GmbH, Stuttgart, 06.04.2010. Quelle: [http://motion.kodak.com/US/en/motion/about/news/2010/Apr06\\_1.htm](http://motion.kodak.com/US/en/motion/about/news/2010/Apr06_1.htm) (03.03 2011).

Meyer, K.: Flimmerverschmelzungsfrequenz (Verschmelzungsfrequenz), Hrsg. In: Webkatalog für Kunst und Medien, K. Meyer, Gottlieben, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://sphinx-suche.de/psychologie3/flimmerverschmelzungsfrequenz.htm> (03.März.2011).

Nekes, Werner: Wörterbuch, Hrsg in: Die Sammlung Werner Nekes, Mülheim/Ruhr [Datum unbekannt]. Quelle: [http://wernernekes.de/00\\_cms/cms/front\\_content.php?idart=112#Persistenz](http://wernernekes.de/00_cms/cms/front_content.php?idart=112#Persistenz) (03.März.2011).

Neurowissenschaftliche Gesellschaft e.V., Berlin (Hrsg.) [Autor unbekannt], NWG Glossar, In: Neurowissenschaftliche Gesellschaft, [Ort unbekannt], [Datum unbekannt]. Quelle: <http://nwg.glia.mdc-berlin.de/de/courses/education/glossar.html> (03. März 2011).

Pascale Anthony: BREAKING: Star Trek Sequel Tentatively Set for June 29th, 2012, Hrsg: Internetartikel, SciFanic Network, [Ort unbekannt] 08.01.2010. Quelle: <http://trekmovie.com/2010/01/08/breaking-star-trek-sequel-tentatively-set-for-june-29th-2012/> (03.März 2011).

Reis Augenklinik (Hrsg.) [Autor unbekannt]: Blinder Fleck (Sehnerv), In: Reis Augenklinik AG, Bendorf, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://www.augenklinik.li/index.php?id=29> (06.03 2011).

Tesche, Siegfried: Die 10 bemerkenswertesten Robin-Hood-Verfilmungen, In: ZEHN.DE, CHIP Communications GmbH, München, [Datum unbekannt]. Quelle: <http://www.zehn.de/die-10-bemerkenswertesten-robin-hood-verfilmungen-1172611-0> (03.04.2011).

Weintraub, Steve: Christopher Nolan and Emma Thomas Interview INCEPTION – They Talk 3D, What Kind of Cameras They Used, Pre-Viz, WB, and a Lot More!, In: Collider.com, Baltimore, 25.03.2010. Quelle: <http://www.collider.com/2010/03/25/director-christopher-nolan-and-producer-emma-thomas-interview-inception-they-talk-3d-what-kind-of-cameras-they-used-pre-viz-wb-and-a-lot-more/> (06.03.2011).

University Of Washington (Hrsg.) [Autor unbekannt]: "I Tawt I Taw" A Bunny Wabbit At Disneyland: New Evidence Shows False Memories Can Be Created, In: ScienceDaily, Rockville, 12.06.2001. Quelle: <http://www.sciencedaily.com/releases/2001/06/010612065657.htm> (01.04.2011).



## **X. ZUSAMMENFASSUNG**

Man geht ins Kino, um sich dort vom Alltag zu lösen und in eine faszinierende Scheinwelt einzutauchen. Dieser Prozess des Eintauchens wird Immersion genannt. Durch den Einsatz von Immersionsstrategien und immersiven Stilmitteln gelingt es, ein Millionenpublikum nicht nur zu unterhalten, sondern es förmlich mit sich zu reißen. Nicht zuletzt liegt darin der finanzielle Erfolg der Produktion und deshalb haben sich verschiedene Regeln und Strategien entwickelt, um das Publikum innerhalb kürzester Zeit in eine Phantasiewelt eintauchen zu lassen.

Auf der Basis bestehender Theorien aus Forschung und Praxis sowie aus eigenen Beobachtungen wurde versucht, diese „Immersionsstrategien“ aufzuspüren und zu entschlüsseln.

Ästhetik, Code und Diegese sind wichtige grundlegende Begriffe bei der Betrachtung von Immersion. Darauf basiert wiederum die Definition von Immersion und seiner Varianten wie narrativer und reflexiver Immersion sowie dem Umkehrungsprozess, genannt Emersion. Basierend auf den Modellen der narrativen und reflexiven Immersion folgen Thesen zur Erzeugung und Erhaltung von Immersion.

Im Hauptteil werden die immersiven Gestaltungsmöglichkeiten von Drehbuch, Regie und Kamera sowie in Teilbereichen von 3D-Filmtechnik, Kinoprojektion, Bildästhetik und immersive Werbestrategien des amerikanischen Erzählkinos skizziert. In Bezug auf Immersionsstrategien werden stilistische Gestaltungsmöglichkeiten von Kameramann, Drehbuchautor und Regisseur behandelt.

Weitere Themen, die in dieser Arbeit Beachtung finden, sind: Blicklenkung, Antizipationserzeugung, Empathie und die Nutzung von Synästhesieeffekten. Zusätzlich wird auf den Einfluss von 3D-Filmtechnik und deren Bedeutungen für die Immersion eingegangen. Für eine spezielle Form der langsamen Kamerafahrt wird der Begriff „immersive und emersive Kamerafahrt“ eingeführt. Gemeint ist damit eine Kamerabewegung, die weniger zur Orientierung des Zusehers dient als zur Versinnbildlichung eines emotionalen Verhältnisses zwischen Betrachter und Betrachtetem.

Als Abschluss wird auf die Gefahren hingewiesen, die kalkuliert inszenierte Werbe- und Propagandafilme für einen Konsumenten darstellen können. In diesen Fällen dient die Immersion ausschließlich dem Interesse des Produzenten und nicht der Befriedigung des Kunden.

## XI. LEBENS LAUF

### **Persönliche Daten:**

Nachname: Glaninger  
Vorname: Philipp  
Geburtstag: 12.09.1981  
Geburtsort: Heidelberg (Dt.)  
Wohnort: Wien  
Staatsbürgerschaft: Österreich

### **Schule & Ausbildung:**

ab Sept. 2003 Hauptstudium: Diplomstudium Theater- Film- und Medienwissenschaften, A317, Vienna, Austria.  
ab Sept. 2002 Nebenstudium: Diplomstudium Geschichte, A312, Vienna, Austria.  
Nov. 2002 – Nov. 2003 Digital Film Diplom: SAE Institute Vienna, Austria.  
Sept. 1997 – Juni 2001 Matura: Elektrotechnik HTL, Waidhofen an der Ybbs, Austria.

### **Praxiserfahrung:**

ab Nov. 2003 Freelancer im Bereich: Videofilmerstellung, Kamera und Licht, Schnitt, Farbkorrektur, DVD Produktion, 2D und 3D-Animation  
Feb. 2008 – April 2008 Praktikum bei MECHnology Post Production, Burbank (LA), USA, Compositing und 2D Animation.  
ab März 2005 Dozent: SAE Institute, Vienna, Austria, Seminare in Final Cut Pro, Einführung in Kamera und Beleuchtung, Farbkorrektur für Videofilme, Einführung in Digitalen Film, Schnitt und Filmsprache jeweils für Film,- Audio-, Webdesign- und Gamedesignstudenten.  
März 2004 – Nov. 2009 Supervisor: SAE Institute, Vienna, Austria, Betreuung von Filmstudenten in Theorie und Praxis, Erstellung von Feedback von Studentenarbeiten, Service an Film-, Licht- und Soundequipment, Assistenz bei der Koordination von Kursen.  
Feb. 2007 – April 2008 Cinecraft Film (Freelancing), Vienna, Austria, 3D Animation und 3D Regie.