

Der digitale 3D Film – Stereoskopie, Narration, Filmstil

Dissertationsprojekt von Jesko Jockenhövel an der
Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ Potsdam-Babelsberg

Der dreidimensionale Film, oder auch stereoskopische, hat mit dem Erfolg einer Reihe von Hollywood-Produktionen einen neuen Standard im Kino geschaffen, zumindest eine neue Norm, die ein neuer „Standardwert“ (Thomas Elsaesser) werden kann. Er hebt die „objektive Flachheit“ des Filmbildes (Hugo Münsterberg) auf und bildet einen neuen Filmraum, der nur horizontal oder vertikal aber nicht in der z-Achse begrenzt ist. Dies führt zu neuen Raumkonstruktionen auf Ebene der *Mise-en-scène*. Im Sinne von David Bordwells Analyse der Geschichte des *staging in depth* sowie der Tiefenschärfe, die zur Aufmerksamkeitslenkung und zur Bedeutungsgenerierung eingesetzt werden, ist der stereoskopische Raum damit ebenfalls ein Filmraum, der narrativ wirksam wird und entweder die Illusion von Tiefe erzeugt oder zumindest einen *relief effect* und damit haptische Eigenschaften annimmt (David Trotter). Die Verwendung von Stereoskopie hat neben diesen phänomenologischen Eigenschaften Einfluss auf die Gestaltung der *Mise-en-scène*, den Filmschnitt, die Bildkomposition und Kameraeinstellungen.

In meinem Dissertationsprojekt stelle ich acht 3D-Filme, vier Realfilme und vier Animationsfilme aus 2009 und 2010 in den Kontext der gegenwärtigen Hollywood-Filmproduktion und sehe als Analysekatoren Auffassungen von Genrefilmen und Blockbusterkino. Das Blockbusterkino und dessen vorherrschenden Erzählstrategien sind in Verbindung zum Kino der Attraktionen (Tom Gunning) gebracht worden, das wieder in enger Verbindung zum Verständnis des frühen Kinos als ein *Primitive Mode of Representation* (Noel Burch) steht. Kann der 3D-Film mit seiner häufig als Effekt verstandenen Ästhetik damit nur als *Cinematic Excess* (Kristin Thompson) gesehen werden, der ähnlich wie das Kino der Attraktionen, den Zuschauer ständig adressiert und damit die eigene Textualität in den Vordergrund stellt? Welche Strategien werden entwickelt, um dem entgegen zu wirken? Neben narrativen Strategien der einzelnen Filme scheint Genre eine wesentliche Kategorie zu sein, um 3D in ein Gesamtkonzept einzubinden, was sich in den aktuellen 3D-Produktionen widerspiegelt, die neben Blockbuster-Filmen vor allem den Genre-Bereich bedienen.

Der bisher angesprochene, mit dem Kino der Attraktionen verbundene Modus des Spektakulären – so möchte ich ihn nennen – steht dabei einem Modus der Immersion gegenüber, der von Filmemachern und Produzenten als Weiterentwicklung gegenüber dem zweidimensionalen Film bezeichnet wenn nicht angepriesen wird. Immersion ist dabei konzeptionell in Zusammenhang mit dem Raum hinter der Leinwand zu sehen im Gegensatz zu dem Modus des Spektakulären und soll den Zuschauer stärker als bisher ins Geschehen einbinden. Die Arbeit hat damit zwei herauszuhebende Analyseziele: 1) Welche Strategien der Zuschaueradressierung entwickeln 3D-Filme besonders in Bezug auf den Modus der Spektakulären und den Modus der Immersion? 2) Welche mit Stereoskopie verbundenen narrativen Mittel zur Bedeutungsgenerierung lassen sich finden? Eine genaue Filmanalyse erfolgt mit Hilfe des neoformalistischen Ansatzes von Bordwell/Thompson sowie durch das PKS-Modell von Wuss. Die Filmanalysen werden ergänzt durch Experteninterviews mit Filmemachern, insbesondere Stereographen, Kameraleuten und Visual Effects-Experten zur Einschätzung von Strategien in Bezug auf visuelle Konzepte, Narration und technische Umsetzung insbesondere im Vergleich zum herkömmlichen Film.

Jesko Jockenhövel ist wissenschaftlicher Mitarbeiter der Medienwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ in Potsdam-Babelsberg im Forschungsprojekt PRIME.