



Mobil produzieren, mobil konsumieren

Wie die Beweglichkeit der Geräte die Herstellung
von Filmen verändert hat

von Laura Laabs

Während unsere Eltern sich noch mit dem Schneiden und Vertonen von Super-8-Filmstreifen abmühten, stellen Smartphones heute raffinierteste Technik für die Hosentasche zur Verfügung. Doch was macht es mit dem Film, wenn jeder Mensch Videos produzieren und ins Netz stellen kann? Und inwiefern finden mobile Geräte bereits Verwendung in der Filmproduktion?

Am 17. Oktober 2021 lädt die TikTok-Nutzerin Becca Murray (@thebeccamurray) ein Video von sich selbst auf der Plattform hoch. Es zeigt sie in der Küche, lachend und eine Karotte essend. Eine Bildüberschrift Murrays kontextualisiert das Video scherzhaft: »filming myself so this can be played at my funeral because my partner doesn't film me.« Meine Formulierung, sie hätte »ein Video von sich selbst« hochgeladen, ist im Grunde redundant. Der Witz von Murrays Clip besteht gerade darin, dass sie und die zahllosen Userinnen und User von TikTok, YouTube und vielen weiteren Plattformen und Programmen quasi unentwegt Filmmaterial von sich selbst produzieren und in Umlauf bringen. Wozu dann also noch von einer anderen Person gefilmt werden? Was unterscheidet dieses Video auf Becca Murrays Profil von ihren anderen Videos?

Zwischen Inszenierung und Ungestelltheit

Der Clip ist bearbeitet mit TikToks »Retro-Kamera«-Filter. Auf Videos angewandt, die mit modernen Smartphones aufgenommen werden, simuliert dieser bestimmte visuelle Eigenheiten von inzwischen weitgehend obsolet gewordenen Filmformaten. Dazu gehören Grobkörnigkeit und Filmfehler ebenso wie ein Interface – im Sinne einer Benutzeroberfläche – bestehend aus Symbolen, die zum Beispiel Angaben zur Belichtungszeit oder Bildfrequenz machen. Murrays Video ist auch deswegen interessant, weil es auf eine affektiv und nostalgisch besetzte Verwendungsweise des »Vintage-Looks« abzielt, die uns beispielsweise in Hollywood-Filmen oder auch im True-Crime-Genre immer wieder begegnet: Die Einbettung (scheinbarer) Amateurfilm-Aufnahmen, die häufig glückliche und lachende Frauen in trivialen Alltagssituationen oder auch im gemeinsamen Urlaub zeigen,

als Andenken in Beerdigungs- oder Todesfall-Szenarien.

Murrays Video parodiert diese Verwendungsweise. Oder genauer: Sie parodiert mit dem Filter eine bestimmte Authentisierungsstrategie. Als Teil einer solchen erzeugen scheinbar ungestellte und zufällige – »natürliche« – Aufnahmen den Effekt von Nähe zur beziehungsweise »Echtheit« der gezeigten Person. Bei einer Beerdigung möchte man sagen können: »Genau so war sie.« Es ist eine Binsenweisheit, dass sich Inhalte, die in sozialen Medien geteilt werden, in genau diesem Spannungsfeld aus Inszenierung und Ungestelltheit bewegen. Becca Murrays Parodie weist uns also bei genauerer Betrachtung auf einen besonderen ästhetischen Stellenwert von Filmaufnahmen mobiler Geräte hin.

Sprung nach Hollywood

Die Bewegtbildproduktion für Kanäle auf sozialen Medien gibt allerdings auch Anlass dazu, Fragen nach dem Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit, von Amateurproduktionen und Professionalisierung zu stellen. Werbung und Unterhaltung sind auf sozialen Medien häufig – und wenn, dann nur schwierig – voneinander zu trennen. Make-up-Influencer, die vor allem durch YouTube erfolgreich wurden, kooperieren beispielsweise häufig mit etablierten Kosmetikmarken oder gründen eigene. TikTok-Nutzer Julian Bass (@thejulianbass) gelang der Sprung nach Hollywood dank eines Videos, das schnell viral gegangen ist (Rahman, 2020). Das Video zeigt ihn, aber vor allem

Unentwegte Filmproduktion: Becca Murray beim ironischen Spiel mit dem Medium.



AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- Smartphones ermöglichen Produktion, Distribution und Konsumtion von Bewegtbild auf ein und demselben Gerät. Moderne Smartphone-Kameras kommen inzwischen nicht nur im Amateurbereich, sondern auch in der Werbeindustrie und in Hollywood zum Einsatz.
- Die Eigenschaften früherer mobiler Geräte wie der Super-8-Kamera, die im privaten Gebrauch inzwischen weitgehend obsolet sind, kehren mitunter durch visuelle Zitate in heutigen Produktionen wieder – beispielsweise durch die Anwendung von »Vintage«-Filtern.
- Die Produktion von Bewegtbild für den Konsum auf mobilen Endgeräten macht deutlich, wie wichtig Formate sind. Ein Beispiel dafür sind Videos im Hochformat, die auch in der professionellen Produktion immer wichtiger werden.

auch seine Fähigkeiten in der Produktion visueller Spezialeffekte (englisch »Visual Effects« oder kurz VFX). Im Video verkörpert er fiktionale Helden wie Spider-Man oder einen Jedi-Ritter, schließt also dezidiert an bereits etablierte Marken an. Das Video verzeichnet aktuell auf TikTok 17,2 Millionen Aufrufe und weitere 27,1 Millionen Aufrufe bei Twitter. Bass weckte unter anderem das Interesse von Bob Iger, ehemals CEO und noch Vorstandsmitglied von Disney (Rahman, 2020). Derzeit arbeitet er, wie er selbst verlautbaren ließ, an einem nicht näher definierten größeren Projekt.

Semi-Professionalität typisch für soziale Medien

Die Bewegtbildproduktion für soziale Medien ist in vielen Bereichen nicht nur von »blutigen« Amateuren auf der einen und Vollzeit-Profis auf der anderen Seite gekennzeichnet, sondern insbesondere auch von Semi-Professionalisierung. Diese ist für viele Nutzer der Übergang von privater Produktion ins hauptberufliche Geschäft – wie es Julian Bass vorgemacht hat. Auch im professionellen Filmgeschäft wird in der Produktion inzwischen mit Smartphones gearbeitet. Beispiele sind Steven Soderberghs *Unsane* (2018) und *High Flying Bird* (2019), aber auch die Netflix-Serie *Homemade* (2020), die während der COVID-19-Pandemie entstand und sie in Kurzfilmen thematisiert.

Ob Smartphones oder Camcorder, Super-8- oder Polaroid-Kameras: Ihre ästhetische und diskursive Aufladung als gleichermaßen Produzenten und Vermittler von Spontanität, Nähe und Authentizität hängt eng mit Formaten zusammen. Formate stellen Mittel der Strukturgebung dar, die die vermittelte Information – also zum Beispiel das bewegte Bild – auf eine spezifische Art und Weise organisieren und präsentieren (Volmar/Jankovic/Schneider, 2020). Der Begriff »Format« kann Material-Eigenschaften (zum Beispiel die 35 mm des entsprechenden Filmmaterials) ebenso meinen wie strukturelle oder organisatorische Eigenschaften (wie Dateiformate). So kehrt die Grobkörnigkeit von Filmbildern im Super-8-Format als Filter bei Instagram und TikTok wieder. Umgekehrt lässt sich festhalten: Mobile Endgeräte und ihre Formate hinterlassen nicht nur ästhetische Spuren in

Smartphone und Kino nicht als Gegensätze denken: Die zeitgenössische mobile Filmtechnik schafft eine Vielzahl komplementärer Möglichkeiten für Produktion und Rezeption.

Filmproduktionen. Sie haben auch direkten Einfluss auf die Produktion der Bilder. Ohne einem Technikdeterminismus das Wort zu reden, so schließt doch die Produktion für und mit bestimmten Formaten oftmals auch die Produktion für bestimmte Endgeräte oder Verwendungszwecke ein. Ein Beispiel wäre die Produktion von Werbeeinheiten auf sozialen Medien, die vorrangig auf mobilen Smartphones konsumiert werden.

Unterschiedliche Endgeräte erfordern unterschiedliche Formate

Peter Merziger, Geschäftsführer der Saarbrücker Marketing-Agentur M7, erläutert dies in Bezug auf Bewegtbildwerbung für die Social-Media-Kanäle der Kunden. Das Gespräch mit ihm macht deutlich, dass stets von Filmindustrien im Plural gesprochen werden muss – der Blick in die Unterhaltungssparte allein genügt nicht. M7 produziert Filme sowohl für firmeninternen wie auch externen Gebrauch; für die klassische Projektion wie auch mit Optimierung für Smartphones. Im Bereich der sozialen Medien wird neben dem bereits bekannten quadratischen auch zunehmend das vertikale 9:16-Format wichtig, weil vertikale Formate der konventionellen Nutzungsweise und Ausrichtung von Smartphones entsprechen und den Bildschirm optimal ausfüllen können. Einige Plattformen wie Instagram forcieren zudem die vertikale Nutzung, indem sie beim Drehen des Geräts nicht skalieren, auch wenn sie es theoretisch könnten. 9:16 ist die vertikale Umkehrung des Seitenverhältnisses von 16:9, das wir aus dem Fernsehen kennen. Als Hochformat verlangt es von den Filmemachern spezifische Herangehensweisen und Schnitt-Techniken. Merziger berichtet vom konkreten Fall eines Werbefilms, der einen Dialog zwischen zwei Personen beinhaltet. Diese konnten nicht, wie im Querformat, beide gleichzeitig in der Totale oder Halbtotale gezeigt werden. Während der Aufnahmen und der Postproduktion mussten also Alternativen gefunden werden, beispielsweise eine Kameraperspektive, die den Blick »über die Schulter« der Gesprächspartner erlaubt.

M7 produziert jedoch nicht nur Bewegtbild, das für den Konsum auf mobilen Geräten gedacht ist. Gefilmt wird ebenfalls mit Smartphones. Im Gespräch macht Peter Merziger auf deren kamera- und aufnahmetechnische Leistungsstärke aufmerksam. So seien moderne iPhones beispielsweise in der Lage, nicht nur Fotos, sondern auch Videos mit Bokeh-Effekt zu filmen, das heißt mit Hintergrund-Unschärfe bei scharfem Hauptmotiv. Gefilmt wird zudem hauptsächlich mit der dedizierten Geräte-Software (also zum Beispiel mit Apples Kamera-Anwendung) und weniger mit Programmen

von Drittanbietern. Optische Bildstabilisierung mache zudem die Produktion einfacher. Gimbals – vereinfacht gesagt Halterungen oder Aufhängungen, die als externe Stabilisierungssysteme für Kameras fungieren – seien so inzwischen in manchen Situationen unnötig geworden.

Die Kamera immer am Körper

Der logische Preis für die größere Mobilität von Kameras war und ist weiterhin die Reduktion des technischen Umfangs und, je nach Gebrauchssituation, damit auch eine Einschränkung der Funktionalitäten. Die Produktion mit oder für mobile Geräte ist nicht automatisch mit weniger Aufwand verbunden, das betont auch Merziger. Insbesondere hinsichtlich des privaten Gebrauchs ist für ihn allerdings klar: »Die beste Kamera ist die, die ich dabei habe, wenn ich sie brauche.« So können Smartphones etwa von der Notwendigkeit entbinden, zusätzliche Kameras mit in den Urlaub zu nehmen. Denn viele Menschen tragen ihre mobilen Kameras direkt am Körper, in der Hosens- oder Umhängetasche. Die oben beschriebene »Nähe« ist dann im pragmatischen Sinn auch eine Griffbereitschaft, die wiederum Flexibilität ermöglicht.

Smartphones ermöglichen es uns, Bewegtbild auf dem gleichen Gerät zu produzieren, zu verbreiten und zu konsumieren. Becca Murrays kurzes Video forciert allerdings die Frage, wer eigentlich Filmaufnahmen für welches Publikum und mit welchen Mitteln produziert, und welche technischen Effekte dabei gezielt zum Einsatz kommen. Es verdeutlicht im Umkehrschluss, dass die Geräte und Anwendungen, die wir verwenden, gerade nicht neutral sind, so allgegenwärtig und scheinbar selbstverständlich sie sein mögen. Wenn wir über Bewegtbild nachdenken, sollten wir nicht nur deren Ästhetik berücksichtigen, sondern auch ein Auge für die dazugehörigen Geräte, Formate, Produktions- und Konsumtionsbedingungen behalten. ●



Die Autorin

Laura Laabs, 29, ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am DFG-Graduiertenkolleg »Konfigurationen des Films« an der Goethe-Universität. Sie hat Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Anglistik sowie Film- und Medienkulturforschung in Frankfurt und München studiert. Schwerpunktmäßig forscht sie derzeit zu Paratexten von Computer- und Videospiele und beschäftigt sich allgemein mit medienkulturwissenschaftlichen Perspektiven auf digitale Spiele. Seit 2020 ist sie Redakteurin bei »PAIDIA – Zeitschrift für Computerspiele-forschung«.

laabs@fm.uni-frankfurt.de