



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Der *The Matrix*-Trailer:

Eine paratextuelle Strukturanalyse“

Verfasserin

Marie Back, BA

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt: Diplomstudium Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Ulrich Meurer, M. A.

Vorwort

„Das Standbild und das Fotogramm sind Schattenbilder; sie lassen ganz offensichtlich den Film immerzu entfliehen, paradoxerweise entflieht er jedoch als Text.“¹

Für die Themenfindung der vorliegenden Arbeit, war eine außerfilmische Rezeptionssituation von ausschlaggebender Bedeutung. So paradox der Umstand der Annäherung klingen mag, der spezifische Trailer wäre mir höchstwahrscheinlich in einer anderen Wahrnehmung kaum ins Auge gesprungen. Bei der Durchsicht einer 35mm Filmrolle, auf der alten Trailern zu einem neuen Dasein für Faschingsfeiern verholfen wurde, ist der *The Matrix*-Trailer zwischen einem *Pippi Langstrumpf*-Trailer und weiteren Kuriositäten hervorgestochen. Nicht bei der Sichtung auf der Leinwand, sondern auf dem Umrolltisch sind seine zahlreichen Leerstellen, die transparenten Filmbilder aufgefallen, die in der folgenden Arbeit eine maßgebliche Position einnehmen.

An dieser Stelle möchte ich dem *Schikanederkino* und -Team für die vielen unvergesslichen Film- und Kinomomente danken, die mich zu der Analyse inspiriert haben und mir im Studium neue Perspektiven eröffnet haben.

Herzlich bedanken möchte ich mich auch bei meinem Betreuer Univ.-Prof. Dr. Ulrich Meurer, der in keinem Moment daran gezweifelt hat, dass eine Trailer-Analyse ausreichend Diskussionsgrundlage für eine Diplomarbeit bieten kann, und mich bei diesem Projekt unterstützt hat.

¹ Raymond Bellour, „Film als unauffindbarer Text“, Übs. Margrit Tröhler/Valérie Périard, in: *montage/av*, 8/1, 1999, S. 8-17, hier S. 9. Erstmals erschienen unter dem Titel „Le texte introuvable“, in: *Ça/Cinéma* 2,7-8, 1975, S. 77-84, hier S. 15.

Inhaltsverzeichnis

Vorspann	1
1 Trailer als Paratext	7
1.1 Der Trailer: eine Begriffsdefinition	7
1.2 Die Anwendbarkeit von Genettes Paratext-Konzept auf den Filmtrailer	8
2 Strukturanalyse des <i>The Matrix</i>-Trailers	15
2.1 Der dramaturgische Aufbau	15
2.2 Die paratextuellen Ebenen	18
Der Logo-Vorspann	18
Die Zwischentitel	24
Der Abspann	28
Der Matrix-Code	29
2.3 Die Montage	31
Die Montage als Paratext	31
Ausgewählte Montage-Beispiele aus dem <i>The Matrix</i> -Trailer	32
2.4 Die Weißkader	44
Begriffsbestimmung	44
Die Verwendung des Weißkaders in dem experimentellen Film	46
Der spezifische Gebrauch des Weißkaders in der Montage des <i>The Matrix</i> -Trailers	48
Der Weißkader = ein Paratext?	52
3 Analogien und Differenzen zwischen Trailer, Teaser, TV-Spots und Film	55
3.1 Der Teaser	55
3.2 Die TV-Spots	61
3.3 Die Korrelation zwischen Trailer und Film	64
Der Logo-Vorspann	64
Das Monitorbild	67
Die Weißkader	69
Die Chronologie der Einstellungen	70
Formale Veränderungen	71
Abspann	75
Quellenverzeichnis	77
Abbildungsverzeichnis	85
Anhang	87
Abstract	111
Lebenslauf	113

Vorspann



Abb. 1: „Whoa“, *The Matrix*-Trailer, 35mm Kopie

Perspektivenwechsel. Ein 35mm Filmstreifen, der sich (auf der Maßleiste für die Bildkaderzählung) widerspiegelt. Ein Kopf, der graduell vergrößert wird und dann – ein weißer Kader – der, in seiner Transparenz, Blicke auf die andere Seite hindurch wandern lässt. Eine unbeschriebene Leerstelle, oder doch eine Fortführung des Zooms, des Eindringens in den Kopf? Der Film in seiner Materialität, in seinem Vorführformat und dennoch losgelöst von der Bedingung seiner originären Anschauung: dem Vorführdispositiv. Stumm, der Ton als Lichtbild am Rande. In ihrer Abspieldauer entsprechen diese fünf Fotogramme gerade mal knapp einer fünftel Sekunde.

Der abgebildete Filmstreifen ist ein Fragment des Trailers zu dem Spielfilm *The Matrix* (*Matrix*, The Wachowskis 1999).² Der Protagonist Neo, gespielt von Keanu Reeves, konstatiert in der Einstellung, nachdem Morpheus einen waghalsigen Sprung von einem Wolkenkratzer zum nächsten vollführt, voller Erstaunen: „Whoa“. Zur Handlung des Filmes muss wohl kaum weiter eingeleitet werden, so wirkte doch seine Popularität noch lange nach dem Kinostart 1999 nach. Besagter Trailer wird der Forschungsgegenstand der folgenden Diplomarbeit sein, deren Ziel es ist, einen ähnlichen Wow-Effekt zu erzielen, indem sie aufdeckt wie viel allein in dem Begleitmedium dargeboten wird, wenn der Blick dezidiert auf ihn gerichtet wird.

Bis vor Kurzem wurde der Trailer in den Filmwissenschaften wenig bis gar nicht behandelt.³ Sein künstlerisches Potenzial, als unabhängiges Nebenprodukt vom Film, wird ebenfalls erst seit wenigen Jahren mit entsprechenden Auszeichnungen gewürdigt.⁴ Das Forschungsinteresse an den filmischen Paratexten ist ebenso erst in jüngster Vergangenheit aufgekommen.⁵ Rembert Hüser stellt 2003 eine Blockierung in der Filmsemiotik deutscher Prägung fest:

„Indem sie [die Filmsemiotik deutscher Prägung] die paratextuellen Informationen des Vorspanns als ‚äußere‘ Bedrohung der Kategorie des Filmischen begreift, als eine Zone, in welcher der Film defizient bleibt, noch nicht zu sich selbst, zur eigentlich filmischen Diegese gekommen ist, letztlich nur stört, nähert sich ihre Konstruktion des Filmischen einem idealistischen Poesie-Begriff an, bei dem im Kern, d.h. in der Lyrik, reines Sagen und Musik konvergieren.“⁶

In der folgenden Analyse werden der Trailer und seine paratextuellen Ebenen in den Vordergrund gerückt und angstfrei untersucht. Als Werbefilm bietet der Trailer den

² The Wachowskis (früher unter der Bezeichnung The Wachowski Brothers bekannt) steht für das Geschwisterkollektiv der Regisseure Lana und Andy Wachowski.

³ Einen Überblick über die Entwicklung des amerikanischen Trailers wird von Vinzenz Hediger dargestellt, *Verführung zum Film. Der amerikanische Kinotrailer seit 1912*, Marburg: Schüren 2001. In der englischsprachigen Forschung sind die Arbeiten von Lisa Kernan und Keith Johnston zu erwähnen. An der Universität Wien befassten sich bisher v. a. Diplomarbeiten aus dem Bereich der Publizistik und Kommunikationswissenschaft auf einer makrostrukturellen Ebene mit den Trailern als Werbeinstrument.

⁴ Als Beispiele sind hier die *Golden Trailer Awards* (seit 2000) und das *International Movie Trailer Festival*TM (seit 2010) zu nennen.

⁵ Allen voran ist hier Alexander Böhnke zu nennen, der mit seinem Dissertationsprojekt ein Grundlagenwerk geschaffen hat: *Paratexte des Films. Über die Grenzen des filmischen Universums*, Bielefeld: transcript 2007. Weitere Auseinandersetzungen bieten:

Andrzej Gwóźdź (Hg.), *Film als Baustelle. Das Kino und seine Paratexte*, Marburg: Schüren 2009 und Klaus Kreimeier/Georg Stanitzek (Hg.), *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*, Berlin: Akademie Verlag 2004.

⁶ Rembert Hüser, „Der Vorspann stört. Und wie“, in: Albert Kümmel/Erhard Schüttelpelz (Hg.), *Signale der Störung*, München: Fink 2003, S. 237–260, hier S. 252.

Kinogängern den ersten Eindruck des Films und offenbart spezifische formalästhetische Gestaltungsmuster. Um zu verstehen, wie Trailer als Werbemittel funktionieren ist eine Analyse nach dem paratextuellen Schema aufschlussreich. An dem spezifischen Beispiel wird das, von Gérard Genette entwickelte, Konzept der Paratexte erprobt und auf den Film angewandt.⁷ Die vorliegende Arbeit nimmt somit einen Perspektivenwechsel vor, die Transparenzillusion des Kinos wird auf seine Rahmungen hin geprüft.

Der Science-Fiction-Film *The Matrix* bot seit seinem Kinostart 1999 ein beliebtes Diskursfeld um sozialkritische Theorien und philosophische Interpretationen auszuarbeiten.⁸ Neben dem Tiefgang der Handlung bot er auf der Oberfläche aber auch eine technische Innovation: den Spezialeffekt der *Bullet Time*-Animation. Der von Joel Silver und Warner Bros. Pictures produzierte Film war ein großer Erfolg und hat unter anderem bei den *Academy Awards* im Jahr 2000 in allen vier nominierten Kategorien gewonnen (*Best Film Editing*; *Best Sound*; *Best Effects, Sound Effects Editing*; *Best Effects, Visual Effects*).⁹ Schon bald folgten die Fortsetzungen mit *The Matrix Reloaded* (2003) und *The Matrix Revolutions* (2003), die jedoch bei den Kritikern und Fans nicht mit dem ersten Film mithalten konnten.

Der *The Matrix*-Film ist ein Paradebeispiel für die kommerzielle Verwendung von Paratexten.¹⁰ Rund um den Kinostart der Fortsetzungsfilme wurde die Matrix-Franchise aufgebaut. Die offizielle Webseite *whatisthematrix.com* wurde zwischen 1999 und 2004 genutzt, um Hintergrundinformationen zum Film zu liefern und in der Veröffentlichung einer Reihe von Artikel die philosophischen Zusammenhänge zur Diskussion zu stellen.¹¹ Hier wurden ebenfalls die *The Matrix Comics* als Webcomics zum ersten Mal

⁷ Vgl. Gérard Genette, *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*, Übs. Dieter Hornig, Frankfurt am Main: Campus 1989; (Orig. *Seuils*, Paris: Éditions du Seuil 1987).

⁸ Vgl. Die zeitgenössischen Kritiken: Todd McCarthy, „Review: ‚The Matrix‘“, in: *Variety*, 28. März 1999, URL: <http://variety.com/1999/film/reviews/the-matrix-1200456768/> (10.12.2014). Janet Maslin, „The Matrix (1999). Film Review. The reality is all virtual and densely complicated“, in: *New York Times*, 31. März 1999, URL: <http://www.nytimes.com/movie/review?res=9400E0DB1F30F932A05750C0A96F958260> (10.12.2014). Richard Corliss, „Popular Metaphysics“, in: *Time*, 153/15, 19. April 1999, S. 75.

⁹ Vgl. „The Matrix: Awards“, in: *Internet Movie Database*, URL: <http://www.imdb.com/title/tt0133093/awards> (10.12.2014).

¹⁰ Ein weiteres Beispiele für diese Art der Filmvermarktung ist auch *Star Wars*, dessen Prequel *Star Wars: Episode I – The Phantom Menace*, (*Star Wars: Episode I – Die dunkle Bedrohung*, George Lucas 1999) zeitgleich erschien.

¹¹ Heute ist *whatisthematrix.com* nicht mehr online verfügbar.

veröffentlicht. 2003 wurden sie bei dem, von den Wachowskis gegründeten, Comic-Buch-Verlag Burlyman Entertainment, in zwei Bänden herausgegeben. Als Werbemittel zu *The Matrix Reloaded* wurde zeitgleich die *Animatrix*, eine Serie von Animationskurzfilmen, lanciert.¹² Parallel zum Kinostart von *The Matrix Reloaded* wurde zudem das Spiel *Enter the Matrix* für PC, Playstation 2, GameCube und Xbox veröffentlicht. Im Anschluss wurde von Warner Home Video am 7. Dezember 2004 die DVD-Sammelbox *The Ultimate Matrix Collection Limited Edition* publiziert, die neben allen Filmen, Trailer, Teaser, TV-Spots, Audiokommentaren sowie Hintergrundinformationen zu dem „Making of“ der Trilogie bereithält. Schließlich erschien 2005 das bisher letzte *Matrix*-Franchiseprodukt mit dem „Massively Multiplayer Online Role-Playing Game“ *The Matrix Online*, das den Handlungsstrang anschließend an den letzten Film aufnimmt.¹³ Zwei Werbetrailer umwarben das Spiel nach den Konventionen des Filmtrailers.¹⁴ In weiteren Werbefilmen wurde die Diegese und die Hauptdarsteller der *Matrix* auch nach den Sequels zur Produktvermarktung benutzt, wie zum Beispiel für *Powerade* (2003), *General Electric* (2013) und *Kia* (2014).¹⁵ Es bietet sich in diesem Kontext an, zurück zu dem Ursprung dieser Vermarktungsstrategie zu gehen und sich mit einem der ersten Werbemittel, dem ersten Trailer, bewusst auseinanderzusetzen.

Eine weitergehende Interpretation des Filminhalts soll nicht an erster Stelle der nachfolgenden Analyse stehen. Dies wurde bereits in mehreren Instanzen versucht.¹⁶ Im Gegenteil, sogar der Spielfilm selbst wird mehr eine untergeordnete Rolle spielen.¹⁷ Der Trailer als Nebentext neben dem ‚Megatext‘ *The Matrix* kann, wie Nebenprodukte

Jedoch sind auf *archive.org* die gespeicherten Webseiten einsehbar: https://web.archive.org/web/20091219081819/http://whatisthematrix.warnerbros.com/rl_cmp/new_phil_fr_hanley2.html (10.12.2014).

¹² In diesem Kontext wurde die erste Episode von *Animatrix*, *The final flight of the Osiris* (Andrew R. Jones 2003), in den Kinos vor dem Warner Bros. Film *Dreamcatcher* (Lawrence Kasdan 2003) als Kurzfilm vorgeführt.

¹³ Diese Strategien der Franchise werden ausführlich von Jennifer M. Proffitt/Djung Yune Tchoi/Matthew P. McAllister, „Plugging Back Into The Matrix. The Intertextual Flow of Corporate Media Commodities“, in: *Journal of Communication Inquiry*, 31/3, Juli 2007, S. 239-254, erörtert.

¹⁴ Vgl. ebd., S. 248.

¹⁵ Vgl. ebd., S. 249 und Marc Graser, „Laurence Fishburne returns as ‚The Matrix’s‘ Morpheus in Kia’s Super Bowl Commercial“, in: *Variety*, 28. Januar 2014, URL: <http://variety.com/2014/biz/news/laurence-fishburne-returns-as-the-matrixs-morpheus-in-kias-super-bowl-commercial-1201075429/> (19.01.2015).

¹⁶ Um nur einige wenige zu nennen: Joshua Clover, *The Matrix*, London: BFI 2004. William Irwin (Hg.), *The Matrix and philosophy. Welcome to the desert of the real*, Chicago/Ill.: Open Court 2002. Georg Seeßlen, *Die Matrix entschlüsselt*, Berlin: Bertz 2003.

¹⁷ So darf er als Referenztext zum Trailer nicht aus der Analyse ausgeschlossen sein.

des literarischen Schaffens, auf seine paratextuelle Struktur hin analysiert werden.¹⁸ Immerhin stellt der Trailer eine erste Visualisierung dar, mit dem Zweck das potentielle Publikum anzulocken. Rückblickend scheint es umso interessanter, genauer zu untersuchen, wie das erfolgreiche Unternehmen der *Matrix*-Franchise begann und auf welche Art und Weise die Werbestrategie entwickelt wurde.¹⁹

Der Ausgangspunkt der Analyse ist der offizielle deutschsprachige 35mm-Filmtrailer von *The Matrix*.²⁰ Durch die direkte Konsultation des 35mm Filmstreifens kann ein detailliertes Einstellungsprotokoll erstellt werden und es können präzise Zeitangaben in Form der Kaderdauer angegeben werden.²¹ Das Protokoll soll helfen, die hohe Schnittfrequenz des Trailers bewusst zu untersuchen. Der Aspekt ist insofern von Bedeutung, als dass die einzelnen Kader in meiner Analyse einen wesentlichen Punkt darstellen. Das systematische Erfassen Ihres Aufscheinens ermöglicht neue Betrachtungsperspektiven, die durch die filmische Wahrnehmung allein nicht derart greifbar wären. Zur Vergegenwärtigung von rhythmischen Strukturen der ästhetischen Gestaltungsmittel wird auf die grafische Darstellung zurückgegriffen werden.²² Trotzdem soll in der linearen Zerstückelung der Filmzeit die eigentliche Rezeption des Filmes nicht in Vergessenheit geraten. Das Protokoll ist keineswegs ein Ersatz für die Rezeption der Bewegtbilder. Es ist wichtig, auf die Montage der Kader in ihrer filmischen Abspielgeschwindigkeit von 24 Bildern pro Sekunde zurückzukommen, sowie das Zusammenspiel der Bildebene mit der Tonebene zu beachten.

Wenn auch der Untersuchung das Gerüst des Protokolls zugrunde liegt, so überschreitet sie dennoch die starre Struktur, um, nach der Herangehensweise von Raymond Bellour, den im Detail erscheinenden Gestaltungsmitteln Freiraum zur

¹⁸ Vgl. Gérard Genette, *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*, Übs. Dieter Hornig, Frankfurt am Main/New York: Campus 1992; (Orig. *Seuils*, Paris: Éditions du Seuil 1987).

¹⁹ Der Trailer spielt hier keine unbedeutende Rolle, macht er doch einen Anteil von 30 bis 35% bei den Filmeinnahmen aus. Vgl. Vinzenz Hediger, „Reiz, Qualität und Ausdruck. Zur Funktion von Schrift und Typographie in Kinotrailern“, in: Friedrich/Jung (Hg.), *Schrift und Bild im Film*, S. 139-162, S. 140.

²⁰ Ein paar Anmerkungen zu dieser Primärquelle will ich hier noch anbringen: Das originale Start- und Endband ist nicht mehr an den Filmstreifen angebracht. Ebenso fehlt die originale Filmdose. Der Filmtrailer an sich ist jedoch unbeschnitten, lediglich am Anfang scheint die Tonspur abgeschnitten zu sein, es könnten ein paar Schwarzbilder fehlen.

²¹ Eine methodische Grundlage für die Erstellung eines Einstellungsprotokolls gibt Helmut Korte/Peter Drexler, *Einführung in die systematische Filmanalyse. Ein Arbeitsbuch*, Berlin: Schmidt 2010.

²² Die von Rolf Klopfer entwickelte Software zur computergestützten Filmanalyse *Akira* wird hier als Hilfe herangezogen. Vgl. Rolf Klopfer, „Wie kann man filmische Wirkangebote erfassen? – Das Hilfsmittel *Akira* III“, Beitrag zum Kongress „Digital Tools in Film Studies“, Siegen, Juni 2007, URL: http://www.phil.uni-mannheim.de/romanistik/romanistik3/akira3/images/siegen_d_endfassung_080130.pdf (14.01.2015).

Entfaltung zu geben. So ergibt sich die Gelegenheit, neue Ansätze in Bezug auf *The Matrix*, aber auch auf den paratextuellen Vergleich im Allgemeinen, auszuprobieren.²³

Im Besonderen sind zwei leitmotivische Gestaltungsmerkmale des Trailers aufgefallen: der regelmäßig wiederkehrende Gebrauch des Weißkaders in der Montage und die Funktion des Schlüsselbildes in der Monitorübertragung. Inwiefern ihnen eine rezeptionslenkende Wirkung zukommt, und sie folglich als Paratexte definiert werden können, wird die Analyse ihrer Gestaltungsstrukturen ergeben.

Abschließend wird der Trailer in seinen Kontext gestellt und mit weiteren Paratexten, dem Teaser und den TV-Spots als auch dem ‚Haupttext‘, dem Film, auf Analogien und Differenzen untersucht. Diese mikrostrukturelle Analyse, die paratextübergreifend an dem ausgewählten Beispiel von *The Matrix* ausgeführt wird, hebt den Anspruch, den Blick von verallgemeinernden Betrachtungen auf die Detailanalyse und den ihr entspringenden neuen Perspektiven zu richten.²⁴

Die Analyse seiner Rezeption erfolgt aus der heutigen Perspektive, fünfzehn Jahre nach dem Kinostart. Der Frage, wie die Paratexte vom Publikum 1999 rezipiert wurden, kann nicht nachgegangen werden, da empirische Befunde fehlen.

²³ Vgl. Bellour, „Film als unauffindbarer Text“.

²⁴ In der Hinsicht hat Hediger einerseits bereits die allgemeine Betrachtung der Gestaltungsstrategien im geschichtlichen Überblick angeführt, wenn er für seine umgreifende Analyse Trailer, Teaser, TV-Spots, etc. berücksichtigt hat. Andererseits fehlen detailliertere Fallbeispiel-Analysen, welche mehrere Werbeprodukte zu einem und demselben Film vergleichend betrachten. Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*.

1 Trailer als Paratext

1.1 Der Trailer: eine Begriffsdefinition

Der Filmtrailer ist laut dem *Lexikon der Filmbegriffe* ein „Werbefilm, der unter Verwendung von Ausschnitten, Texteinblendungen, grafischen Elementen, Sprecherstimmen, Musik und Toneffekten die bevorstehende Kinovorführung eines Films ankündigt.“²⁵ Die Etymologie des Wortes ist auf die englische Bezeichnung für den, an den Filmstreifen angehängten, Schutzfilmstreifen zurückzuführen, der die aufgewickelte 35mm-Filmkopie vor Schmutz und Kratzspuren bewahren sollte. Bereits ab 1912 wurde der angehängte Filmstreifen zu Werbezwecken verwendet, welche ursprünglich nach dem Filmende auf weitere Episoden verwiesen.²⁶ Vinzenz Hediger hebt den Wechsel der Trailergestaltung und dessen Informationsgehalt ab der Mitte der 1970er Jahre hervor. Während die Werbefilme bis Ende der 1950er Jahre den Fokus noch auf die Darsteller legten und nur wenige Informationen zur filmischen Handlung beitrugen, stützten sie sich ab den 1970er Jahren auf den Handlungsstrang.²⁷ Seitdem gipfelt die Narration der Trailer zumeist in einem *Cliffhanger* bei dem die Fortsetzung der Handlung offen gelassen wird.²⁸

Die Herstellung des Trailers wird seit Ende der 1960er Jahre von einer auf Trailer spezialisierten Produktionsfirma unternommen, die unabhängig vom Regisseur, jedoch

²⁵ Vinzenz Hediger, „Trailer“, in: *Lexikon der Filmbegriffe* (22.04.2012), URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=2072> (22.11.2014).

²⁶ Vgl. ebd.

²⁷ Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 16. Hediger bezieht sich auf den amerikanischen Kinotrailer. Vgl. Petra Grimm für das deutsche Beispiel: „‘Filmschnipsel‘ mit Kalkül. Der Trailer im deutschen Kino“, in: Michael Schaudig (Hg.), *Positionen deutscher Filmgeschichte*, München: diskurs film 1996, S. 455-472.

²⁸ Vgl. Theo Bender/Hans Jürgen Wulff, „Cliffhanger“, in: *Lexikon der Filmbegriffe* (12.10.2012), URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=112> (31.01.2015).

in Kooperation mit dem Film-Produzenten arbeitet.²⁹ Es soll vorkommen, dass die Trailer-Produzenten den Film im Vorfeld nicht einmal komplett gesichtet haben.³⁰ Dadurch wird ein „unbefangener“ Umgang mit dem Filmmaterial unterstützt.³¹ Wenn der Film im Vorfeld gesichtet wurde, wird ein Trailer-Script erstellt, das den Aufbau des Trailers wiedergibt und als Anleitung für die Filmauswahl dient.³² Die Trailer werden demnach in einem „konzeptgeleiteten Prozess“ erschaffen, bei dem bestimmte Regelwerke befolgt werden.³³

1.2 Die Anwendbarkeit von Genettes Paratext-Konzept auf den Filmtrailer

Der strukturalistische Literaturwissenschaftler Gérard Genette prägt 1987 in *Seuils* (dt.: *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*) den Begriff des Paratexts für die Literatur. Demnach, ist jeder Text von einem „Beiwerk“ umgeben, das ihn als Text erscheinen lässt. Die paratextuellen Komponenten umfassen unter anderem den Namen des Autors, den Titel, die Widmungen, die Interviews und den verlegerischen Epitext (u. a. Format, Satz).³⁴ Wie der Originaltitel „*Seuils*“ bereits andeutet, sieht Genette die Paratexte als Schwellen:

„[Bei dem Paratext] handelt es sich weniger um eine Schranke oder eine undurchlässige Grenze als um eine *Schwelle* oder [...] um ein ‚Vestibül‘, das jedem die Möglichkeit zum Eintreten oder Umkehren bietet; um eine ‚unbestimmte Zone‘ zwischen innen und außen, die selbst wieder keine feste Grenze nach innen (zum Text) und nach außen (dem Diskurs der Welt über den Text) aufweist.“³⁵

Je nach der Position des Paratextes zum Text unterscheidet Genette zwischen Peritext und Epitext. Der Peritext befindet sich in unmittelbarer Nähe zum Text, „wie der Titel oder das Vorwort, mitunter in den Zwischenräumen des Textes, wie die Kapitelüberschriften oder manche Anmerkungen“.³⁶ Der Begriff des Epitexts umfasst

²⁹ Vgl. Hediger, „Trailer-Produzent“, in : Hediger, *Verführung zum Film*, S. 297.

³⁰ Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 21.

³¹ Vgl. ebd.

³² Vgl. Hediger, „Trailer-Script“, in : Hediger, *Verführung zum Film*, S. 297.

³³ Ebd.

³⁴ Dem verlegerischen Epitext schenkt Genette vorerst wenig Beachtung. Vgl. Genette, *Paratexte*, S. 331.

³⁵ Genette, *Paratexte*, S. 10 (Herv. i. O.).

³⁶ Genette, *Paratexte*, S. 12.

seiner Definition zufolge jene Paratexte die zuerst abseits vom Text situiert sind, wie zum Beispiel Interviews, Gespräche, Briefwechsel und Tagebucheintragen.³⁷

„Ein Epitext ist jedes paratextuelle Element, das nicht materiell in ein und demselben als Anhang zum Text steht, sondern gewissermaßen im freien Raum zirkuliert, in einem virtuell unbegrenzten physikalischen oder sozialen Raum.“³⁸

Die Funktion des Paratextes liegt dabei laut Genette nicht in der Verschönerung des Textes, sondern in der Lenkung der Rezeption des (zukünftigen) Lesers. Sie vermitteln zwischen Autor und Publikum und

„richte[n] zwischen der idealen und relativ unwandelbaren Identität des Textes und empirischen (soziohistorischen) Realität seines Publikums eine, wenn man mir diese ungefähren Bilder nachsieht, Art Schleuse ein, durch die sie ‚auf gleicher Höhe‘ bleiben können, oder, wenn man lieber will, eine Luftkammer, die dem Leser hilft, ohne allzu große Atemnot von einer Welt in die andere zu gelangen.“³⁹

Dabei beschränkt Genette den Paratext-Begriff nicht allein auf die Literatur sondern bekräftigt seine mögliche Anwendung an anderen Medien.⁴⁰ So überträgt Alexander Böhnke Genettes Paratext-Begriff in seiner Monografie *Paratexte des Films* auf das Medium Film. Dabei stellt sich heraus, dass die Übertragung des literarischen Schemas auf den Film nicht problemlos erfolgt. Bevor im Film der Haupttext definiert werden kann, muss zuerst die Überlegung angeführt werden, inwiefern überhaupt vom Film als Text gesprochen werden kann.⁴¹ An dieser Stelle ist allen voran Christian Metz zu nennen, der mit seiner Anwendung der Semiotik im filmischen Medium die

³⁷ Ebd., S. 12. Genette räumt jedoch auch ein, dass sich der Epitext später oftmals dem Haupttext annähern kann. Wichtig zur Definition von Epitext ist, dass er ursprünglich in Distanz zu dem Haupttext erscheint.

³⁸ Ebd., S. 328.

³⁹ Ebd., S. 388-389.

⁴⁰ Genette erwähnt in diesem Kontext ebenfalls bereits den „Vorspann im Kino“ in: Ebd., S. 388. Böhnke weist darauf hin, dass der Paratext-Begriff bereits 1985 von Robert Stam in die Filmwissenschaft eingeführt wurde. Vgl. Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 11, Fußnote 9.

⁴¹ Zu dem Film als Sprache erläutert Monaco: „Film ist keine Sprache, aber er ist wie eine Sprache, und da er wie eine Sprache ist, können einige der Methoden, die wir zum Studium von Sprache benützen, auch mit Erfolg beim Studium eines Films Anwendung finden“. James Monaco, *Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Neuen Medien*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl. 2009, S. 158, vgl. auch S. 447.

Überschreibung in die filmischen Zeichensysteme erprobt hat.⁴² Die Möglichkeit, den Film als Text zu lesen, und seine Kodierungen aufzudecken, bedarf jedoch eines weiteren Dispositivs, als Ergänzung zu jenem des Abspielens. Die Möglichkeit, den Film anzuhalten, zurückzuspulen, Bild für Bild auszuwerten ist eine Voraussetzung für eine Filmanalyse als „Textanalyse“.⁴³ Das Paradox der Filmanalyse, die gegen den Strich der eigentlichen Funktionsweise des Mediums fährt, hebt Raymond Bellour hervor, wenn er schreibt:

„Der Filmtext ist ein unauffindbarer Text, denn er ist nicht zitierbar. In diesem Sinne, und nur in diesem, ist der Begriff Text, wird er auf den Film angewandt, metaphorisch. Er umschreibt treffend das Paradox, das den filmischen Text prägt, und in diesem Maße nur ihn allein.“⁴⁴

In dieser Hinsicht, kann auch die Verwendung des Paratext-Begriffs von Genette weniger in einem festgefahrenen Kader erfolgen, sondern metaphorisch angewendet werden. Die Problematiken der Übertragung des Genette'schen Paratext-Konzepts seien hier kurz angeführt.

Beim Film kann schwerlich direkt von einem Text- oder Buchäquivalent gesprochen werden. Ein wichtiger Unterschied ist der zwischen einem räumlichen Medium (Literatur) und einem zeitlichen Medium (Film).⁴⁵ Die mediale Situation ist weitaus komplexer und von dem jeweiligen Vorführdispositiv abhängig.⁴⁶ Der Film wird schon lange nicht mehr nur auf Zelluloid im Kinosaal vorgeführt, sondern kann ebenfalls, zu Hause auf dem Bildschirm gesehen werden. Außerdem erscheint seit der Distribution von Filmen auf DVD die begriffliche Differenzierung zwischen Peri- und Epitext paradoxer. Auf der VHS-Kassette waren die Trailer noch räumlich getrennt von dem gleichnamigen Film (indem sie auf einer anderen VHS für diesen warben). Die DVD-Editionen enthalten dem hingegen, neben Trailer anderer Filme, ebenfalls den

⁴² Vgl. Christian Metz, „Das Kino: Langue oder Langage?“, in: Christian Metz, *Semiotique des Films*, Übs. Renate Koch, München: Fink 1972, S. 51-129; (Orig. „Le cinéma: langue ou langage?“, in: *Communications*, 4, S. 52-90).

⁴³ Dominique Blüher/Frank Kessler/Margrit Tröhler, „Film als Text: Theorie und Praxis der ‚analyse textuelle‘“, in: *montage/av*, 8/1, 1999, S. 3-7, hier S. 4.

⁴⁴ Bellour, „Film als unauffindbarer Text“, S. 9.

⁴⁵ Vgl. Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 8.

⁴⁶ Vgl. Florian Krautkrämer, „Was der Film von seinem Paratext weiß“, Vortrag im Rahmen der Jahrestagung der Gesellschaft für Medienwissenschaft, 2.-4. Oktober 2008, Institut für Medienwissenschaft, Ruhr-Universität Bochum, in: *Gesellschaft für Medienwissenschaft*, URL: http://www.gfmedienwissenschaft.de/gfm/webcontent/files/2008-abstracts/Krautkraemer_Paratexte_GfM2008.pdf (10.12.2014), hier S. 1.

gleichnamigen Trailer als Bonusmaterial.⁴⁷ Bei der paratextuellen Analyse des Filmes gilt es demnach, neben dem originären Umfeld der Paratexte, ebenfalls die Evolution der entsprechenden Rezeptionsvoraussetzungen zu beachten.

Ein weiterer medialer Aspekt, der die klare Differenzierung zwischen Text und Paratext beim Film erschwert, ist seine Gleichzeitigkeit: Während beim Lesen zum Beispiel zuerst die Kapitelüberschrift gelesen wird und in weiterer Folge erst der Text, vermischen sich im Film paratextuelle Elemente, wie zum Beispiel Titleinblendungen oftmals bereits mit der filmischen Handlung, mit der filmischen Sprache.

Im Filmtrailer wird die paradoxe Ko-Existenz gesteigert: Der Trailer ist ein Paratext zum Film, den er präsentiert und beinhaltet selbst aber gleichzeitig weitere Paratexte, wie zum Beispiel den Logovorspann der involvierten Filmgesellschaften. Wie sind die besagten Paratexte im Paratext zu definieren? Wandelt sich der Filmtrailer hier zum Haupttext hinsichtlich der Paratexte?

Wir haben es hier mit verschiedenen Arten von Paratext zu tun. Genette zufolge kann der Trailer als Epitext zum Film bezeichnet werden: Er erscheint aus Werbegründen als früher Paratext in zeitlicher (als auch räumlicher) Distanz vor dem eigentlichen Film. Die Paratexte im Trailer hingegen sind genau genommen Peritexte zum Trailer, da sie zusammen mit ihm erscheinen, und mit ihm ein Ganzes formen. Zudem weist Böhnke darauf hin, dass der Trailer neben den ausgewählten zitierten Filmszenen ebenfalls den Paratext des Filmes, wie zum Beispiel das Logo des Produktionsstudios, zitiert.⁴⁸ Bei der Annahme sollten die genauen Umstände der Zitierweise jedoch nicht außer Acht bleiben, und die Unterschiede ihres Aufscheinens beachtet werden.⁴⁹

Genette räumt der Person des Autors und dessen Ambitionen einen hohen Stellenwert ein. Der Autor eines Filmes mag in vielen Fällen seine Äquivalenz im Regisseur finden. Jedoch werden mit der Annahme die zahlreichen Akteure eines Filmes vergessen, wie die Schauspieler, der Schnittmeister oder die Kostümbildner um nur einige zu nennen. Im frühen Kino, wo Georges Méliès gleichzeitig Kameramann und Schauspieler, sowie für den Schnitt und die Spezialeffekte zuständig war, kann der Autor des Filmes leichter ermittelt werden. Besonders im Studio System Hollywoods

⁴⁷ Vgl. Joachim Paech, „Film, programmatisch“, in: Kreimeier/Georg Stanitzek (Hg.), *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*, Berlin: Akademie Verlag 2004, S. 213-223, hier S. 215.

⁴⁸ Vgl. Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 25.

⁴⁹ Auf diesen Aspekt wird in Kapitel 3.3 der vorliegenden Arbeit eingegangen werden.

scheint die Bestimmung einer Autorfigur für den kompletten Film unmöglich. Erst wieder im Autorenkino der *nouvelle vague* wird die Figur des Regisseurs als einziger Autor des Filmes reklamiert.

In der Übertragung des Paratext-Begriffs auf den Film, grenzt sich Böhnke von dem Genette'schen Verständnis des Autors ab, ohne ihn jedoch ganz von seiner Untersuchung zu trennen: „Im Gegenteil, mit Genettes Konzept ließe sich analysieren, wie und an welchen Positionen des Textes bzw. Filmtextes die Funktion Autor relevant wird“.⁵⁰ Gleichmaßen bemerkt Florian Krautkrämer, dass gerne über Genettes eng gefassten Autorbegriff, hinweggesehen wird.⁵¹ Dies betrifft z.B. die Richtlinie, dass das Werk, als auch der dazugehörige Paratext die Autorschaft der gleichen Person aufweist. So hat sich seit den 1950er Jahren mit Saul Bass die Vorspann-Autorschaft entwickelt; die Bezeichnung der „Paratext-Autoren“ erhält eine Gültigkeit.⁵²

Der Trailer eröffnet eine noch kompliziertere Autorenfrage: Wer kann als Autor eines Trailers genannt werden? Er bedient sich in der Regel Filmszenen, die für den Film unter der Leitung des Regisseurs gedreht wurden. Die Trailermontage und die daraus hervorgehende Ästhetik sind das eigentliche Kunstwerk. Ist es in dem Fall überhaupt möglich, eine klare Abgrenzung zu schaffen und einen Autor zuzuweisen?

Für die aktuellen Trailer wird in der Regel eine spezialisierte Filmtrailerproduktionsfirma beauftragt. Die hier angestellten Schnittmeister erhalten ein Konvolut von ausgesuchten Filmszenen, die die Qualität des Filmes hervorheben sollen, indem sie besonders ästhetische Bilder, neue Spezialeffekte und imposante Actionszenen manifestieren. Der Schnittmeister muss nicht unbedingt den fertigen Film gesehen haben.⁵³ Die zuständige Trailer-Produktionsfirma ist schwierig herauszufinden, in dem Trailer selbst taucht ihre Bezeichnung meist nicht auf.⁵⁴ 1999 wurden, zum Zwecke der Würdigung des Trailers als unabhängiges Kunstwerk, die

⁵⁰ Böhnke, Paratexte des Films, S. 15.

⁵¹ Vgl. Krautkrämer, „Was der Film von seinem Paratext weiß“, S. 1.

⁵² Georg Stanitzek, „Texte, Paratexte, in Medien: Einleitung“, in: Kreimeier/Stanzek (Hg.), *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*, S. 3-19, hier S. 13.

⁵³ Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 21.

⁵⁴ So werden im Beispiel des *The Matrix*-Trailers sogar die Regisseure Wachowski nicht einmal namentlich erwähnt. Lediglich die Schauspieler werden herausgestrichen. Dies mag einerseits darauf zurückzuführen sein, dass die Wachowskis vor *The Matrix* nur bei einem Film, *Bound* (*Gefesselt*, 1996), Regie geführt haben, und noch keinen hohen Bekanntheitsgrad erlangt haben. Dennoch werden ihre Namen auch nicht in den Trailern der Fortsetzungsfilme preisgegeben. Hediger definiert für die 1990er Jahren eine Nennung von Regisseur und Produzent bei 14,4 % (Das Hoch von 16% schreibt er für die 1970er Jahren im Rahmen des Autorenkinos fest). Vgl. Vinzenz Hediger, „Korpus: Beschreibung, Analyse und Auswertung“, PDF-Dokument auf der CDRom-Beilage zu *Verführung zum Film*, S. 47.

Golden Trailer Awards gegründet.⁵⁵ In der ersten Ausgabe hat der erste *The Matrix*-Trailer, in den vier Kategorien wo er nominiert war, gewonnen (*Best Art and Commerce, Best Action, Best Edit, Best of Show*).⁵⁶ Hier erfahren wir auch den Namen der Trailerproduktionsfirma: *Giaronomo Productions*.⁵⁷ Der Autor der Schnittfolge des *The Matrix*-Trailers wäre also hinter diesem Ensemble zu sehen.

Obwohl es wichtig ist, sich der medialen Bedingungen bewusst zu sein, stellt die Autorenfrage jedoch kein Hindernis der Anwendung des Paratext-Konzepts auf das Filmmedium dar. Böhnke demonstriert in seinem Beitrag *Paratexte des Films*, dass der Paratext-Begriff auch ohne die klare Bestimmung eines Autors und dessen Bestreben funktionieren kann.⁵⁸

Die Anwendung von Genettes Paratext-Konzept in der Filmanalyse der vorliegenden Arbeit dient dazu, die Bedeutung oft unbeachteter Gestaltungsmerkmale zu verdeutlichen und das filmische Konzept des Trailers in seiner rahmenden Funktion in Zusammenhang mit dem Film zu reflektieren. Der Film ist, wie der literarische Text, immer von einem Rahmen umgeben, durch den er rezipiert wird. Der Rahmen beeinflusst bereits das Publikum, bevor es zum eigentlichen Film hervordringt. „In den meisten Fällen werden sie [die Paratexte] nicht gelesen, sondern stillschweigend überlesen, sind aber gerade dann möglicherweise am wirkungsvollsten.“⁵⁹ Die vorliegende Paratext-Analyse am Beispiel des *The Matrix*-Trailers hat zum Ziel, diese Beeinflussung der Zuschauerrezeption näher zu ermitteln.

„Der‘ Paratext *existiert* genau genommen nicht, man entschließt sich vielmehr dazu, aus Gründen der Methode und Effizienz oder, wenn man so will, der Rentabilität, von einer bestimmten Zahl von Gepflogenheiten und Wirkungen *in diesen Begriffen zu sprechen*. Die Frage lautet also nicht, ob die Anmerkung zum Paratext ‚gehört‘ oder nicht, sondern ob es von Vorteil und Relevanz ist oder nicht, sie als solche zu betrachten.“⁶⁰

⁵⁵ Vgl. *Golden Trailer Awards*, URL: <http://www.goldentrailer.com/about-us.php> (10.12.2014).

⁵⁶ Vgl. *Golden Trailer Awards*, URL: <http://www.goldentrailer.com/awards.gta1.php> (12.7.2012).

⁵⁷ Vgl. die Website des Unternehmens: *Giaronomo Productions*, URL: <http://www.giaronomo.com/> (31.01.2015).

⁵⁸ Vgl. Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 14.

⁵⁹ Ebd., S. 9.

⁶⁰ Genette, *Paratexte*, S. 327 (Herv. i. O.).

Mit dieser Bemerkung weist Genette selbst bereits darauf hin, dass die bewusste Verwendung der Begriffe mehr als Hilfestellung bei der Konstruktion der Gedanken dienen. Die „diskursive Entscheidung“ soll demnach helfen, die formalen Gestaltungsmittel zu hinterfragen, und damit auch einen Raum zu schaffen, in dem die Rezeptionsbedingungen fokussiert werden.⁶¹

⁶¹ Krautkrämer, „Was der Film von seinem Paratext weiß“, S.1.

2 Strukturanalyse des *The Matrix*-Trailers

2.1 Der dramaturgische Aufbau

Die Werbemechanismen im Laufe der Filmgeschichte haben vielfältige Strukturen des Filmtrailers hervorgebracht. Bei allen Variationen ist vor allem ein Umsturz betreffend seiner narrativen Form festzustellen: So stellt Hediger in Bezug auf den amerikanischen Kinotrailer, ab den 1970er Jahren, die Wandlung vom Rätselplot (klassischer Modus) zum Spannungsplot fest.⁶²

„Der klassische Modus führt einen Diskurs *über* den Film und zeigt Ausschnitte zum Zweck der Ankündigung; er verfolgt also eine Informations-Strategie des ‚showing as announcing‘. Der zweite Modus hingegen *simuliert* den Film; er benutzt dazu ein hochkomprimiertes Story-Resümee und verwendet eine Informations-Strategie des ‚storytelling as selling‘.“⁶³

Während die Vorführung der filmischen Wendepunkte zuerst als Tabu galt, werden nun die Höhepunkte der filmischen Handlung (Exposition, Problem, Konfrontation) bereits vorab im Werbetrailer präsentiert.⁶⁴ Hediger verwendet ebenfalls den Begriff der „Zweidrittelstruktur“ und schreibt so die Präsenz von zwei Drittel des Filmplots im Trailer fest.⁶⁵ Parallel zu dem Wandel, geht der sich verringende Gebrauch von

⁶² Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 39, 41-45.

⁶³ Ebd., S. 37 (Herv. i. O.). Mit klassischem Modus meint Hediger den Zeitraum von 1933 bis 1966; ab den 1980er Jahren folgt ihm der zweite Modus.

⁶⁴ Das üblicherweise verwendete Dreiaktschema in der Drehbuch-Dramaturgie stellt sich aus Exposition, Konfrontation und Auflösung zusammen. Die Auflösung wird im Trailer selbst noch nicht preisgegeben. Vgl. zu der Filmdramaturgie: Jens Eder, *Dramaturgie des populären Films. Drehbuchpraxis und Filmtheorie*, Hamburg: LIT 2000.

⁶⁵ Hediger, *Verführung zum Film*, S. 36.

Schrifteinblendungen über Filmbilder. Des Weiteren hat sich die Konvention entwickelt, im dritten Akt, eine Montage von Filmszenen zu Filmmusik zu zeigen. Der narrative Umschwung ist Hediger zufolge der neuen ökonomischen Bedeutung der Werbung zuzuschreiben.⁶⁶ Durch die Verbreitung des Fernsehens in den Haushalten, gingen die Zahlen der Kinobesucher zurück. Der neue Fokus auf die Filmwerbung sollte eine neue Anziehungskraft herstellen.

Zu der modernen Filmwerbekampagne gehört ebenfalls das Formen eines *Key Art*-Signets, das in den verteilten Werbemitteln stellvertretend für den Film steht.⁶⁷ Wie bereits eingangs erwähnt hat sich aus *The Matrix* eine Franchise entwickelt, die jedes Mittel der Werbung gekonnt eingesetzt hat. Der Trailer zum Film spiegelt die moderne Konvention des SpannungspLOTS ausnahmslos wieder:

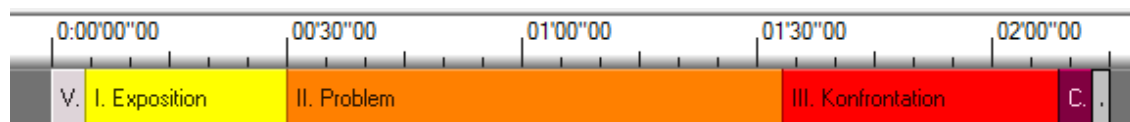


Abb. 2: Darstellung des Dreiaktsschemas auf der Zeitleiste des *The Matrix*-Trailers

Die zeitliche Darstellung des vermittelten Plots im *The Matrix*-Trailer verdeutlicht, wieviel Raum den einzelnen Etappen zugemessen wird.⁶⁸ Die Exposition stellt die drei Protagonisten vor: Trinity, Neo und Morpheus. Die Darstellung des Problems dreht sich um die von Neo formulierte Frage „Was ist die Matrix?“ welche im Folgenden sogleich von Morpheus erklärt wird. Schließlich wird Mr. Smith, der Gegner des Protagonisten, vorgestellt. Cyphers Worte „Du kommst also um die Welt zu retten“ („So, you’re here to save the world“) und die Vorbereitung zum Kampf verdeutlichen, dass Neo die Entscheidung der direkten Auseinandersetzung getroffen hat. Die Konfrontation zeigt in einer verdichteten Montage, unterlegt mit einer dramatischen Filmmusik, actionreiche Szenen zwischen den Hackern und den Agenten. Der Cliffhanger mündet in dem spektakulären Duell zwischen Neo und einem Agenten. Wir sehen das kunstvolle Ausweichmanöver Neos vor den Pistolenkugeln, doch der Ausgang bleibt ungewiss. Die Spannung, die bereits über den gesamten Teil der Konfrontation aufgebaut wurde,

⁶⁶ Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 39.

⁶⁷ Maßgeblich hat der Grafikdesigner und Titelgestalter Saul Bass zu der zunehmenden Wichtigkeit einer erkennbaren *Key Art* auf Filmplakat, Trailer und Vorspann beigetragen.

⁶⁸ Ich folge hier dem Modell, das Hediger in seiner umfassenden Analyse zum Trailer angewendet hat. Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 31-36.

gipfelt in dieser letzten Szene. Der Höhepunkt ist ein doppelter, so nimmt er gleichsam die größte Neuerung des Filmes auf dem technischen Gebiet der Spezialeffekte vorweg: den *Bullet-Time*-Effekt.

Die Fragestellungen, die der Trailer im Dialog aufwirft; unter anderen „Was wäre, wenn du aus diesem Traum nicht mehr aufwachst [sic]? Woher wüsstest du, was Traum ist und was Realität?“ („What if you were unable to wake from that dream? How would you know the difference between the dream world and the real world?“), „Was ist die Matrix?“ („What is the Matrix?“); werfen Rätsel auf, die jedoch sogleich zumindest teilweise beantwortet werden. Der Rätselplot ist hier deutlich überholt. Die Fragen sind ausnahmslos in dem ersten und zweiten Akt verortet, und dienen der Exposition der Handlung. Alle Dialoge entstammen aus der Filmhandlung und sind teilweise als *Voice-Over* über die Einstellungen gelegt, führen aber früher oder später zu ihrem diegetischen Ursprung, so dass der Stimme ein Gesicht zugeteilt werden kann. Es gibt keine allwissende Erzählerstimme, die abseits der Handlung ihren Kommentar abgibt (obwohl die Aussagen von Morpheus, durch seine machtvollen Position in der Handlung, dies vermuten lassen können). Der visuellen Prägnanz des *Cliffhanger* entspricht auf der Tonspur die von Morpheus artikuliert Einwendung „Leider – kann man nicht erklären was die Matrix ist – man muss sie selbst erleben“ („Unfortunately – no one can be told what the matrix is – you have to see it for yourself“). Die Redepause nach dem „Leider“ entspricht auf der visuellen Ebene einer Großaufnahme des Abschusses der Pistolenkugel, der Neo in den folgenden Einstellungen in *Bullet-time* ausweicht. Zeitgleich mit der Titeleinblendung erfahren wir durch das Redefragment, dass wir die Matrix selbst erleben, selbst sehen müssen. Durch die Parallelität wird eine rhetorische Wendung von der filmischen Diegese in die Gegenwart unternommen. Die Bedeutung der Matrix erhält durch den neuen Kontext die Konnotation als Stellvertreter des Filmes an sich. Der aus dem Film entnommene Satz wird zum Verkaufsargument. Die dramaturgische Pointe macht Hediger an dem, aus der Werbeindustrie entlehnten, Begriff des *Button* fest: Er konstituiert sich aus einer, üblicherweise, nach der Titeleinblendung eingefügten letzten Szene, die meist in Form eines Witzes das Publikum auf seine Seite bringen soll.⁶⁹

⁶⁹ Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 48, 292.

Die Erzählung der Handlung im Trailer entspricht somit dem Dreiaktschema der filmischen Handlung.⁷⁰ Wir finden in den Aktübergängen die gleichen Wendepunkte als im Film wieder. Erster Plot Point: Der Zeitpunkt, wo Neo Morpheus persönlich trifft und die Entscheidung treffen wird sich ihm anzuschließen. Zweiter Plot Point: Neo bereitet sich zum Kampf vor. Die spärlichen Dialoge reichen, um dem Zuschauer einen ersten Eindruck der Geschichte zu vermitteln und die Spannung zu steigern, bis der dritte Akt kommentarlos rein visuell und musikalisch die Spannung zu ihrem Höhepunkt führt.

In dem Trailer werden somit viele der spektakulären Stunt-Szenen bereits vorab gezeigt. Die Darbietung des Filmes in einer Kurzfassung hat ein deutliches Ziel: Er soll anschließend nur jene Zuschauer ins Kino locken, die sich auf die präsentierte Handlung einlassen können. Unbefriedigte Zuschauer, die nach der Vorstellung Kritik verbreiten, sollen dadurch vermieden werden.⁷¹

2.2 Die paratextuellen Ebenen

Der Logo-Vorspann

Genauso wie der Film beginnt auch der Trailer in der Regel mit einem Vorspann.⁷² Der Vorspann hat die Funktion den Zuschauer in den Film einzuführen und gleichzeitig auch die Produktionsbedingungen darzulegen. Er hält somit nach dem Genette'schen Sinn eine Schwellenfunktion inne und befindet sich daher zumeist am Anfang des Filmes. Angepasst an die verdichtete Gesamtdauer des Trailers tritt auch der Vorspann in komprimierter Form auf, und begrenzt sich zumeist auf die Nennung der Produktionsstudios. Auch im Falle des 1999 erschienenen *The Matrix*-Trailers ist der Logo-Vorspann klassisch an den Beginn des Trailers gesetzt.

„Was macht ein Eröffnungsbild innerhalb eines visuellen Mediums aus, wenn es aufgrund seiner Beharrlichkeit und seiner banalen Wiederholung unsichtbar geworden

⁷⁰ Vgl. Zu der Drehbuchgestaltung Peter Hant, *Das Drehbuch: Praktische Filmdramaturgie*, Waldeck: Felicitas Hübner 1992.

⁷¹ Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 208.

⁷² Es kann jedoch auch vorkommen, dass der Film oder der Trailer in medias res mit Filmausschnitten beginnt, und die Frage der Zugehörigkeit zum Vorspann sich stellt. Dieser Versatz des Logo-Vorspanns wird z. B. in den offiziellen Trailern zu *The Matrix Reloaded* und *The Matrix Revolutions* angewandt.

ist?“⁷³ In der provozierenden Feststellung von Levaco und Glass ist das Eröffnungsbild gleichzustellen mit dem Produzentenlogo, das scheinbar fest verwurzelt jeden Filmanfang ankündigt und gleichzeitig die Vermarktungsstrategie repräsentiert. Mit der vorteilhaften Position wird auch eine gewisse Autorschaft reklamiert. So definiert Joachim Paech aus rechtlicher Perspektive den Filmproduzenten als Autor eines Filmes.⁷⁴ Um den Wiedererkennungswert des Logos zu festigen, ist seine Ikonografie bestimmend. Die ausgewählten Attribute als auch die Bildkomposition repräsentieren stellvertretend die Werte der Produktionsfirma.⁷⁵ Die eingangs benannte „Beharrlichkeit“ des „strikt ritualisierte[n] Übergang[s] zum Film“ steht nicht zur Debatte, jedoch bleibt zu hinterfragen, ob tatsächlich von einer „banalen Wiederholung“ die Rede ist.⁷⁶ Welche Faktoren bewirken diese Empfindung der Unsichtbarkeit?

Die Präsenz der Logos hat sich parallel zur Filmgeschichte weiterentwickelt. Die neuen Möglichkeiten der Animationstechnik erlauben es ihre Schwellenfunktion spielerisch zu gestalten.⁷⁷ Folgendermaßen hat sich seit den 1990er Jahren vermehrt der Trend abgezeichnet, die Logos in einen direkten intramedialen Bezug zum nachfolgenden Film zu stellen.⁷⁸ Durch die Einbettung in die filmische Diegese wird der Zuschauer „wie durch einen Strudel in den Film [hineingezogen]“. ⁷⁹ Gérard Genette hat bereits darauf aufmerksam gemacht, dass

„eine der Garantien für die Wirksamkeit des Paratextes vermutlich in seiner Transparenz: in seiner Transitivität [liegt]. Der beste Zwischentitel, der beste Titel schlechthin, ist vielleicht derjenige, der auch weiß, wie man wieder aus dem Blickfeld tritt“. ⁸⁰

⁷³ Ronald Levaco/Fred Glass, „Quia ego nominor leo“, in: Alexander Böhnke/Rembert Hüser/Georg Stanitzek (Hg.), *Das Buch zum Vorspann – „The title is a shot“*, Berlin: Vorwerk 8 2006, S. 137-158, hier S. 137.

⁷⁴ Vgl. Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 15.

⁷⁵ Vgl. zu der Geschichte der unterschiedlichen Produzentenlogos das sehr ausführliche Wiki der *Closing Logo Group*, URL: <http://www.closinglogos.com/> (04.01.2015).

⁷⁶ Heinz-Hermann Meyer, „Produktionslogo“, in: *Lexikon der Filmbeurteilung* (10.02.2012), URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6438> (04.01.2015).

⁷⁷ Wer hier als kreativer Kopf fungiert ist unklar. So schreibt Nicole de Mourgues dies nicht dem Grafiker des filmischen Vorspanns zu, sondern dem Regisseur; eine Annahme die nicht zuletzt von Böhnke in Frage gestellt wird. Vgl. Alexander Böhnke, „Wasserzeichen“, in: Kreimeier/Stanzek (Hg.), *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*, S. 236.

⁷⁸ Obwohl die technischen Mittel noch bescheiden waren, sind die Logo-Spiele vor den 1990er nicht zu vergessen.

⁷⁹ Böhnke, „Wasserzeichen“, S. 226.

⁸⁰ Genette, *Paratexte*, S. 301.

In dem filmischen Peritext des Logo-Vorspanns werden durch das Spiel die Grenzen zwischen innen und außen aufgelöst. Der *The Matrix*-Trailer wird durch einen Logo-Vorspann der Produktionsgesellschaften Warner Bros. Pictures und Village Roadshow Pictures eingeleitet. Die erste Einstellung des Trailers zeigt demnach das Warner Bros. Pictures-Schild mit den goldgelben Initialen WB und dem Schriftband „Warner Bros. Pictures“.⁸¹ Das Schild schwebt seinerseits mittig in einer harmonisch anmutenden Himmelsszenerie mit Schönwetterwolken. Im ersten Moment scheint es ein ganz normaler Beginn, eine „banale Wiederholung“ des altbekannten Produzentenlogos. Jedoch kündigt die Musikebene bereits das Folgende an, sie entspringt dem gewohnten Rahmen. Wo sonst üblicherweise eine imposante Fanfare ertönt, die Aufmerksamkeit erregt und feierlich den Beginn einläutet, hört der Zuschauer in dem Logovorspann ein gestörtes digital konnotiertes Geräusch. Abrupt wechselt sich die komplette Farbgebung: Der blaue Himmel wird durch ein Schwarzes Nichts ersetzt, die weiße Wolken sind zuckenden Nebelschwaden gewichen. Die prachtvolle Farbgebung des Warner Bros. Pictures-Schild hat sich in eine metallisch anmutende Einheit verwandelt (Abb. 3). Innerhalb des Schildes kommt es zu Bildstörungen, die sich durch blaue horizontale Linien bemerkbar machen. Verstärkt wird der Störeffekt dadurch, dass das Schild sein Format verändert. Anstelle des majestätisch bildausfüllenden Formats ist es nun die Breite gezogen und deutlich verkleinert, so als ob es von dem umgebenden Nichts und seinen Impulsen zerquetscht werden würde.⁸² Nach den Bildstörungen verschwindet das Logo ins Nichts und wird abrupt durch das Village Roadshow Pictures-Logo vor dem gleichen Hintergrund ersetzt. Es ist in der gleichen metallischen Farbe gehalten und wird ebenfalls von Bildstörungen durchzogen. Die Montage mit den kurz aufflackernden weißen Aufblenden, und den eingefügten einzelnen Schwarzkader, unterstreicht die Empfindung des gestörten Bildsignals.⁸³ Tatsächlich wurde das Logo-Spiel von den Wachowskis initiiert (wenn auch nicht ausgeführt), wodurch eine Bedingung Genettes zur Paratext-Autorschaft erfüllt ist.⁸⁴

⁸¹ Die Symbolik dieses Logos deutet Böhnke als die Repräsentation eines Unternehmens in Familientradition. Das Wappen repräsentiere demzufolge Werte wie Tradition und Stabilität. Vgl. auch Böhnke, „Wasserzeichen“, S. 237.

⁸² Ich erlaube mir hier eine Rezeptionslenkung im Kontext der Fußnote: Vielleicht ist dies bereits eine Anspielung auf das verzerrte Filmbild, das oft bei der medialen Übersetzung vom Kino- ins Fernsehformat zu Stande kommt? Vgl. Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 116.

⁸³ Vgl. die Analyse über den Gebrauch der Weißkader Kapitel 2.4 der vorliegenden Arbeit.

⁸⁴ Vgl. Georg Seeßlen, *Die Matrix entschlüsselt*, Berlin: Bertz 2003, S. 58.



Abb. 3: Verfremdung des Warner Bros. Pictures-Logo im Vorspann (Trailer, 00:00:05; 00:00:05; 00:00:06; 00:00:06)⁸⁵

Den Höhepunkt erreicht die Wandlung in der zweifachen Einblendung von einem einzelnen bläulich getönten Filmbild mitten in dem von Störsignalen durchzogenem Logovorspann (Abb. 4).⁸⁶ Bedeutungsaufgeladener wird die Sequenz durch die Szenerie, die mit diesem Kader verdeutlicht wird: Wir sehen eine Anordnung von Monitoren, die, aus einer erhöhten Perspektive aus der Ecke einen Einblick in einen Raum gewähren, ein Blickwinkel, der mit jenem einer Überwachungskamera konnotiert ist (Abb. 5). Im Raum steht mittig ein Tisch, an dem ein Mann sitzt, während der Stuhl auf der anderen Tischseite leer ist. Der scheinbar fensterlose Raum wirkt bedrückend und weckt durch die räumliche Anordnung Assoziationen an einen Verhörraum auf.

Ohne das Bild des Trailers für die Analyse anzuhalten wäre die genaue Beschreibung gar nicht möglich. Gleichzeitig entzieht das Anhalten die eigentliche Qualität der Einblendung, welche nur einen einzigen Bildkader andauert. Es kann nicht davon ausgegangen werden, dass der Zuschauer, bei dem ersten Sehen des Trailers, das Bild in dem Maße entziffern kann. Die Wiederholung des gleichen Fotogramms fünf Bildern später verstärkt bereits einen Wiedererkennungseffekt.

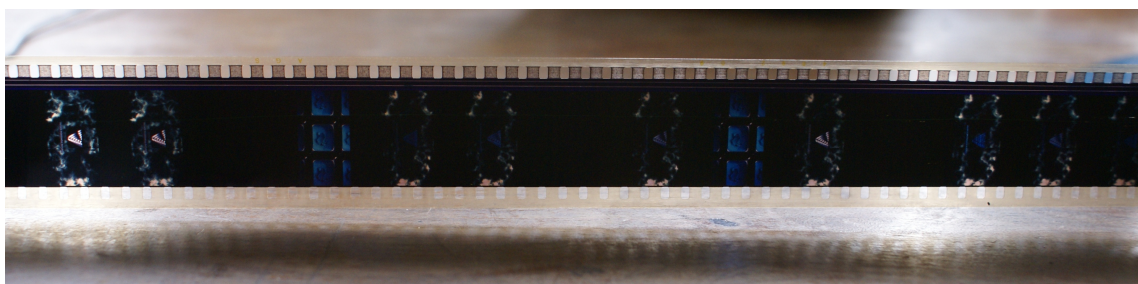


Abb. 4: Ansicht des Logo-Vorspanns auf der 35mm Kopie des *The Matrix*-Trailers

⁸⁵ Alle Timecode-Angaben der vorliegenden Arbeit beziehen sich auf die jeweiligen DVDs der *The Ultimate Matrix Collection Limited Edition*, DVD [10-Disc Special Edition], Warner Home Video 2004.

⁸⁶ Vgl. das detaillierte Einstellungsprotokoll im Anhang.

Ob das Einzelbild, trotz der Wiederholung, bei der ersten Anschauung bewusst oder unbewusst wahrgenommen werden kann, sei vorerst dahin gestellt. Die rezeptiven Voraussetzungen mögen besonders am Anfang des Trailers stark empfänglich für diese Art von Sinnesreizen sein (vorausgenommen das Auge ist nicht übermüdet von vorher gesehenen Trailern). Welche Funktion kann der Einzelkadereinblendung im Logo-Vorspann des Trailers zugeschrieben werden? Was bedeutet die Szene in der Geschichte? Kommt die Einstellung überhaupt in der Form im Film vor? Oder ist die Einblendung ein Kunstgriff um die Fangemeinde zu amüsieren, die sich den Trailer mehrmals ansieht, sowohl vor, als auch nach dem eigentlichen Film?⁸⁷

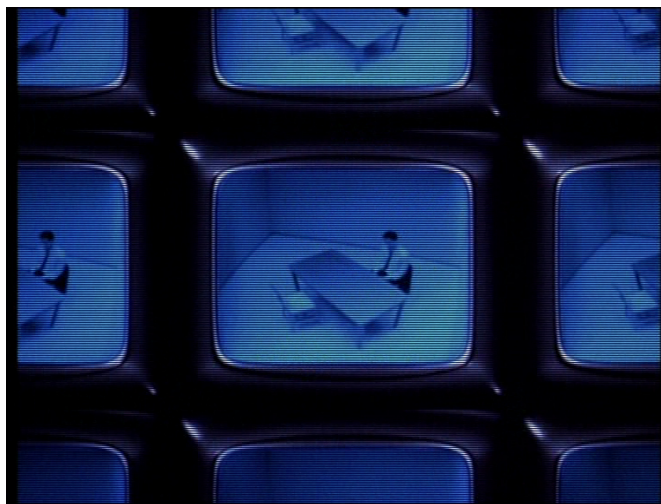


Abb. 5: Monitorbild im Logovorspann (Trailer, 00:00:08)

Der Blick auf die Bildschirme suggeriert einen überwachenden Beobachter. Der Zuschauer wird auf diese Weise in die Diegese der Handlung, in der die Menschen in einer Scheinwelt leben und von einem totalitären System überwacht werden, eingeführt. Im gleichen Maße trägt die soeben vollzogene Wandlung der natürlichen Umgebung des Himmels durch den Bruch in ein technisiertes Abbild zu der Einleitung in die Welt der Matrix bei. Böhnke weist in Hinblick auf die Logo-Darstellung im Vorspann von *Cape Fear* (*Kap der Angst*, Martin Scorsese 1991) darauf hin, dass sich

⁸⁷ Eine Werbestrategie, die sich auch v. a. in der späteren Gewährung von Diskussionsraum und Spekulationen zur Filminterpretation auf der Website *whatisthematrix.com* widerspiegelt.

die Verfremdung des Logos wie in einem Traum, ohne sichtbaren Schnitt vollzieht.⁸⁸ Bei dem *The Matrix*-Trailer werden im Gegenteil gerade die Schnitte hervorgehoben. Die Einblendungen von einzelnen Fotogrammen, Weiß, Schwarz oder als Monitorbildschirm bewirken, dass der Zuschauer sofort aufgerüttelt wird, nicht der Illusion zu verfallen. Der Vorspann stört, ist verstörend, jedoch ohne die Immersion des Zuschauers in den Film zu behindern.⁸⁹ Die Gestaltung des Logo-Vorspanns vollzieht den Versuch das Logo aus seinem vorgespannten Dasein zu entlassen und die filmische Handlung bereits in ihm anklingen zu lassen. Mit der plötzlich eintretenden Variation der bisher bekannten, konventionellen Logo-Darstellung wird das Logo „markiert“.⁹⁰ Durch die Markierung wird die Aufmerksamkeit des Zuschauers angespornt, die Verwandlung zu deuten und in einen Zusammenhang mit der filmischen Handlung zu bringen. Wenige Jahre zuvor hat der von Kyle Cooper gestaltete Vorspann zu dem Thriller *Seven* (David Fincher, 1995) mit der Technik der Bildstörungen eine neue Art der Gestaltung von Titelsequenzen eingeleitet.⁹¹ In dem *The Matrix*-Trailer wird die Methode des Aufrüttelns des Zuschauers mittels verstörend wirkender Montage auf sehr effizienter Weise in diesem kurzen Logo-Vorspann angewendet.

Mit Gérard Genette kann an diesem Beispiel die „Zone [...] der Transaktion“ ausgemacht werden, das heißt den Paratext, der im „Dienst einer besseren Rezeption des Textes und einer relevanteren Lektüre“ steht.⁹² Streng genommen wäre weder der Logo-Vorspann, geschweige denn der Trailer ein Paratext im Genette'schen Sinne, da er, wie bereits erwähnt, nicht allein durch den Autor bestimmt ist. Böhnke weist auf den Vorteil hin, das Konzept von Genette auszuweiten:

⁸⁸ Vgl. Böhnke, „Wasserzeichen“, S. 226.

⁸⁹ Vgl. auch Britta Hartmanns Ausführungen zu der These von einem „Initiatorische[n] Programm“, in welchem „metadiegetische, metanarrative und metatextuelle ‚Bewegungen‘ zu verzeichnen sind“. Sie führt das Beispiel des zum Publikum gewandten Erzähler am Filmanfang vor, bei dem gleichermaßen „die Fiktion als eine Konstruktion offenbart [wird]“ und dennoch kein Hindernis an die Immersion in die Handlung darstellt. Britta Hartmann, „‘Gestatten Sie, dass ich mich vorstelle?’. Zuschaueradressierung und Reflexivität am Filmanfang“, in: *montage/av*, 12/2, 2003, S. 19-38, hier S. 20, 34 (Herv. i. O.).

⁹⁰ Böhnke erläutert in diesem Kontext wie im Vorspann von *Cape Fear* (*Kap der Angst*, Martin Scorsese 1991) das Dreamworks-Logo verfremdet wird. Vgl. Böhnke, „Wasserzeichen“, S. 225-226, (weitergeführt als Kapitel in Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 67-88).

⁹¹ Vgl. Michael Schaudig, „Phänomenologie des graphischen Titeldesigns filmischer Credits“, in: Hans-Edwin Friedrich/Uli Jung (Hg.), *Schrift und Bild im Film*, Bielefeld: Aisthesis 2002, S. 163-183, hier S. 178.

⁹² Genette, *Paratexte*, S. 11.

„Durch die Verengung des Blickwinkels, die dem Paratext eine hauptsächlich ‚dienende‘ Funktion zuweist, wird die mögliche medientheoretische Implikation des Konzepts größtenteils unterschlagen. Wenn man dagegen die medientheoretischen Möglichkeiten des Paratext-Konzepts ausreizen will, sollte der Text eben nicht mit der Autorstimme zusammenfallen.“⁹³

So kann die Bildstörung, neben dem verstörenden Effekt und der Ankündigung der medialen Dimension der Geschichte, ebenfalls einem medienreflexiven Moment zugerechnet werden.⁹⁴ Der für die Kinoleinwand konzipierte Trailer zeigt Bildstörungen auf, die in der Form bei dem Dispositiv des 35mm-Film-Projektors gar nicht möglich sind. Durch die bildlichen Referenzen (Rahmung und Bildqualität) auf den Kathodenstrahlröhrenbildschirm wird die perforierte Leinwand zu einem, durch Pixel gebildeten Display, einige Zeit bevor die Kinosäle auf digitale Vorführentechnik umgerüstet wurden.⁹⁵ Der Logo-Vorspann markiert die Epoche in der das *computer generated image* (CGI) zum festen Bestandteil der Filmindustrie wurde. Dennoch bleibt ein spezifisch filmisches Element haften: Die Illusion der filmischen Bewegung, die durch die Aneinanderreihung von Einzelbildern und dem Nachbildeffekt bedingt ist; wird hier durch die Einblendung der einzelnen Bildkader unterstrichen. Der Vorspann ist somit auto-reflexiv und schreibt die Bedingungen der Entstehung von Film und den Film an sich in die filmische Handlung mit ein.

Die Zwischentitel

Obwohl die filmische ‚Sprache‘ primär mit Bildern arbeitet und die Schrift in den Hintergrund rückt, ist jedoch nicht jede Schrift im Film sogleich als Paratext zu klassifizieren.⁹⁶ Um das Problem zu umgehen, schlägt Böhnke vor, die Schrift als ein filmisches Ausdrucksmittel zu verstehen. Wann kann eine Schrift demzufolge als Paratext bezeichnet werden und wann ist sie es nicht? Wie bereits im Vorfeld angemerkt wurde, ist die Definition von Paratexten immer mit einer argumentativen

⁹³ Böhnke, „Wasserzeichen“, S. 228.

⁹⁴ Vgl. Der Logo-Vorspann des *The Matrix*-Trailers kann somit mit dem von Böhnke als selten qualifizierten selbstreflexiven Vorspann wie in *Cape Fear* auf eine Ebene gesetzt werden. Vgl. Böhnke, „Wasserzeichen“, S. 239.

⁹⁵ Vgl. zu dem „Dispositivchiasmus“ auch: Andrzej Gwóźdź, „Das Kinematographische tele-vis(ion)iert“, in: Joachim Paech (Hg.), *Film, Fernsehen, Video und die Künste. Strategien der Intermedialität*, Stuttgart/Weimar: Metzler 1994, S. 179-189.

⁹⁶ Vgl. Alexander Böhnke, „The End“, in: Kreimeier/Stanitaček (Hg.), *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*, S.193-212, hier. S. 199-200 (Dieser Artikel ist ebenfalls in einer aktualisierten Fassung in Böhnke, *Paratexte des Films* erschienen).

Standpunktposition verbunden. Krautkrämer führt das Beispiel der Zwischentitel im Stummfilm an: Die Entscheidung, sie dem Paratext zuzuordnen, stellt sie als unabdingbar für das Erfassen der filmischen Handlungen dar und illustriert die „Bildfixierung beim Stummfilm“.⁹⁷ Besonders in der Trailergestaltung kommen die intermedialen Korrelationen zwischen Bild und Schrift stark zum Vorschein.⁹⁸ Waren die Schriften zuerst noch über die Einstellungen gelegt, werden sie in der neueren Form des Trailers stark reduziert und vom Bild abgetrennt als Zwischentitel eingeblendet.⁹⁹

Spätestens seit der Einbindung von moderner Animationstechnik in der Schriftgestaltung kann die Schrift nicht mehr als dem Bild gegenüberstehend betrachtet werden.¹⁰⁰ Vielmehr wird die Schrift zum Bild: Ein Schriftbild mit einem fließenden Übergang zur Bilderschrift. Der *The Matrix*-Trailer hat unterschiedliche Schrifttypen eingebunden. Neben den Logo-Emblemen, können wir zwischen dem diegetisch motivierten Schriftbild (Matrix-Code, Computercodeschrift), sowie der extra-diegetischen Schrifteinblendung (Zwischentitel, Schauspielernamen, Filmtitel) unterscheiden.

Es ist diese zweite Art der Schrifteinblendung, die sogleich dem Paratext Genette'scher Definition angerechnet werden kann. Sie überlagern sich nicht mit Filmbildern, sondern scheinen in leuchtender phosphoreszierender Farbgebung aus einem unbestimmbaren Dunkel auf. Mehr noch als die Zwischentitel in der Literatur sind die Zwischentitel des Trailers deutliche imperative Anweisungen an den Zuschauer: „VERGESSEN SIE ALLES, WAS SIE GELERNT HABEN“ („FORGET EVERYTHING YOU KNOW“), „VERGESSEN SIE ALLES, WAS SIE GESEHEN HABEN“ („FORGET EVERYTHING YOU'VE SEEN“) und „AB 17. JUNI PACKT SIE DIE MATRIX“ (Variante: „AB SOFORT HAT SIE DIE MATRIX“; „THE MATRIX HAS YOU“). Die beschwörende Wiederholung des Satzbaus wird bestärkt durch das wiederkehrende Konstruktionsschema. Die einfach gestaltete Schrifttype der Großbuchstaben erscheint vor einem grün durchstrahlten Hintergrund. Sie wirkt durch ihre weiße Farbgebung transluzent. Aus dem Hintergrund fährt sie

⁹⁷ Krautkrämer, „Was der Film von seinem Paratext weiß“, S. 1.

⁹⁸ Insofern stellt Hediger den Schriftgebrauch in Trailern seit 1932 mit der Leuchtreklame in Verbindung. Die Leuchtreklame hat bereits am Broadway als Publikumsmagnet ihre werbende Wirkung entfaltet. Durch die Übernahme dieser Werbestrategie auf das Medium Film sieht Hediger den Versuch eines „Prestigetransfers“. Zudem sind die Schriftbewegungen in dem Trailer an diejenigen der Werbetafeln angelehnt. Hediger, „Reiz, Qualität und Ausdruck“, S. 145.

⁹⁹ Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 47.

¹⁰⁰ Vgl. Hans-Edwin Friedrich/Uli Jung (Hg.), *Schrift und Bild im Film*, Bielefeld: Aisthesis 2002.

langsam auf den Zuschauer zu (ohne dabei die Bildgrenzen zu durchstoßen). Die Verweildauer bewegt sich bei etwas mehr als zwei Sekunden. Zudem wird jedes Aufscheinen durch ein abstraktes animiertes Bild, das einer Trickblende gleicht, eingeleitet (Abb. 6): Auf einer Fläche ist ein regelmäßiges Raster aus Lichtpunkten eingefügt, welche zweimal synchron aufblitzen bevor die nachfolgende Schrift mit ihrem auslöschendem Raster überblendet wird.¹⁰¹ Der Blitzeffekt durch die 220 (11x20) weißen Lichtquellen führt somit bereits auf einer rein visuellen Ebene den wahrnehmungsaffizierenden Effekt ein, der später durch die imperative Rhetorik verdoppelt wird.¹⁰² Synchron zu dem Aufblenden vollzieht sich der Einsatz der Musik.¹⁰³ Die beiden Elemente fügen sich zu der paratextuellen Rezeptionslenkung des Zuschauers zusammen. Es ist genau dieses Zusammenwirken von Schrifteinblendungen, Trickblenden und Bewegungsrichtung, das den „spezifischen rhetorischen Nutzen“ ausmacht.¹⁰⁴ Auf der akustischen Ebene wird die repetitive Struktur ebenfalls in der Musik aufgenommen.

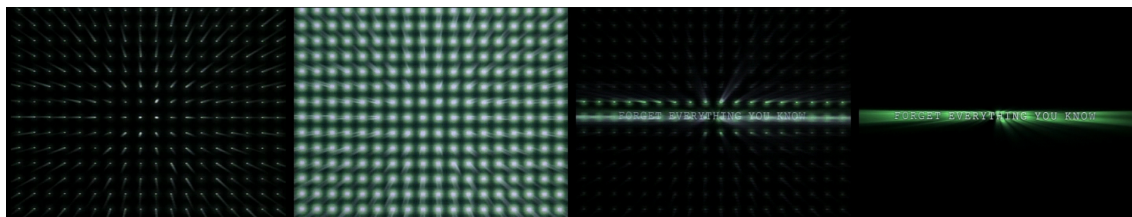


Abb. 6: Lichtraster und Schrifteinblendung (Trailer, 00:00:45; 00:00:45; 00:00:46; 00:00:46)

Eine andere Strategie der Aufmerksamkeitslenkung wird in den nächsten Schrifttafeln angewandt. Sie dienen der Identifikation der Stars: Die Schauspielernamen („KEANU REEVES“ und „LAURENCE FISHBURNE“) werden in entgegengesetzter Bewegungsrichtung eingeführt. Die Namenseinblendungen präsentieren die Hauptdarsteller, die jeweils in den, der Schrifttafel nachfolgenden Einstellungen, in Aufnahmen aus der Untersicht gezeigt werden. Dieser Blickwinkel trägt zur

¹⁰¹ Die Konstante der grünen Farbe in der Peritext-Gestaltung des Trailers weist auf die Farbzueisung zu den filmischen Räumen hin: Grüne Farbtöne charakterisieren die reale Welt Zions, während die blaue Farbgebung stellvertretend für die Scheinwelt der Matrix ist.

¹⁰² Vgl. Hediger: „Rhetorische Parameter schließlich sind stereotype sprachliche Formulierungen, die in auffälliger Häufigkeit von extrafikionalen Instanzen verwendet werden, also von der Sprecherstimme oder den Texteinblendungen“. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 36.

¹⁰³ Es handelt sich um den Anfang des Liedes "(Can't You) Trip Like I Do" von *Filter* und *The Crystal Method*.

¹⁰⁴ Hediger, „Reiz, Qualität und Ausdruck“, S. 150.

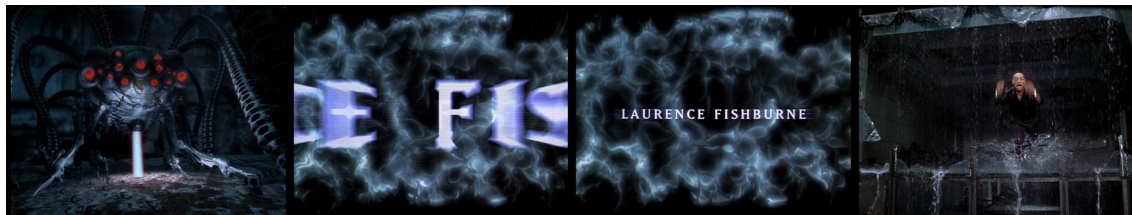
heroisierenden Glorifizierung ihrer Charaktere bei. Die räumliche Tiefenillusion wird durch eine rasante Fahrt vollzogen, die von dem fragmentarisch sichtbaren Text in Großaufnahme zur Komplettansicht wechselt. Die Schrift wird regelrecht ins Bild katapultiert.¹⁰⁵ Der dunstige Hintergrund ist eine Wiederholung des Hintergrundes des Logo-Vorspanns. Die Bewegung kann ebenfalls im Kontext einer Schuss-Gegenschuss-Montage gesehen werden (Abb. 7). Die vorangestellte Einstellung zeigt Trinity, die eine Pistole auf den Bildvordergrund richtet. Durch die Verwendung eines Weitwinkelobjektivs ist die Pistole verzerrt und von bedrohlicher Größe, während Trinity kühl und standfest dahintersteht. In der nachfolgenden Einstellung wird das Motiv des Waffenlaufs im Bildvordergrund wiederholt.



**Abb. 7: Die Schrifttafel „KEANU REEVES“ mit den rahmenden Einstellungen
(Trailer, 00:02:02; 00:02:02; 00:02:03; 00:02:04)**

¹⁰⁵ Das Potenzial der Typografie ist v. a. seit dem Vorspann in *Superman* (Richard Donner, 1978) bekannt. Vgl. Paul R. Gagné, „*Science Fiction Typographics*,“ in: *Cinéfantastique*, 10/4, Frühling 1981, S. 36-41, zit. n. Rembert Hüser in: „Der Vorspann stört. Und wie“, in: Albert Kümmel/Erhard Schüttpelz (Hg.), *Signale der Störung*, München: Fink 2003, S. 237–260. Hüser folgert dazu: „Der Film von 1978 entwickelt das neue Bild aus dem Buchstaben aus dem Rechner aufbauend auf einer ironischen Geschichte medialer Bildkomposition, die auch den traditionellen Filmvorspann vermittels seines Logos zitiert und seine Herkunft aus der Animation offen ausstellt. Und plötzlich befinden wir uns selbst mitten im Buchstabenkörper.“ Ebd., S. 257.

Während die Schrift „KEANU REEVES“ scheinbar aus der Pistole geschossen kommt, scheint die Schrift „LAURENCE FISHBURNE“ von dem Zerstörungsstrahl des vorhergesehenen Wächters auszugehen (Abb. 8). In der nachfolgenden Einstellung nimmt Morpheus genau diese vertikale Bewegung auf in dem er zum Sprung aus dem Fenster ansetzt.



**Abb. 8: Die Schrifttafel „LAURENCE FISHBURNE“ mit den rahmenden Einstellungen
(Trailer, 00:02:08; 00:02:08; 00:02:08; 00:02:09)**

Zudem werden in den beiden Schrifttafeln je ein Weißkader an den letzten Übergang zwischen Schrift und Bild gesetzt. Der Einsatz des weißen Einzelbildes wird im weiteren Verlauf der Analyse wieder aufgegriffen werden.

Der Abspann

Die Titeleinblendung „THE MATRIX“ erfolgt am Ende im Moment der höchsten Spannung nach dem *Cliffhanger* und dem anschließenden Weißkader. Das gleiche Hintergrundmotiv, wie beim Vorspann und den Schauspielernennungen, wird zitiert. Die virtuelle Kamera scheint sich entfernt zu haben, so dass sich ein schwarzer Rahmen um das dunstige Feld gebildet hat. In dem Schriftbild werden die Störungssignale des Vorspanns wiederholt: Die einzelnen Buchstaben scheinen auf einer zweidimensionalen Fläche bewegt, sie wechseln ihre Positionen untereinander aus, teilweise kodiert, gespiegelt, und unlesbar bis sie schließlich in der richtigen Reihenfolge, nun statisch, den lesbaren Filmtitel ergeben.¹⁰⁶ Währenddessen ziehen punktuell horizontale bläuliche Linien durchs Bild. Ihre Bewegung und ihre Platzierung

¹⁰⁶ Vgl. nach Schaudig „die idealtypischen raumzeitlichen Visualisierungsmodi von ‚Schrift im Film‘ [...] die drei frei kombinierbaren Variablen *Konturiertheit*, *Körperlichkeit* und *Bewegtheit*“, Schaudig, „Phänomenologie des graphischen Titeldesigns filmischer Credits“, S. 173.

rekurrieren auf den zurückgelegten Weg der Patronen, welche in der Einstellung zuvor in der Horizontale abgeschossen wurden (Abb. 7). Sobald der Titel fertig generiert ist, wird er kleiner und entzieht sich somit wieder dem Zuschauer. Abrupt wird am Ende der Einstellung in die Titelschrift hinein gezoomt, so dass das Gefühl eines Sogs entsteht, durch den der Zuschauer in den filmischen Raum gezogen wird. Die Bewegung der Schrift ist ein Echo auf jene der Schauspielernennung.

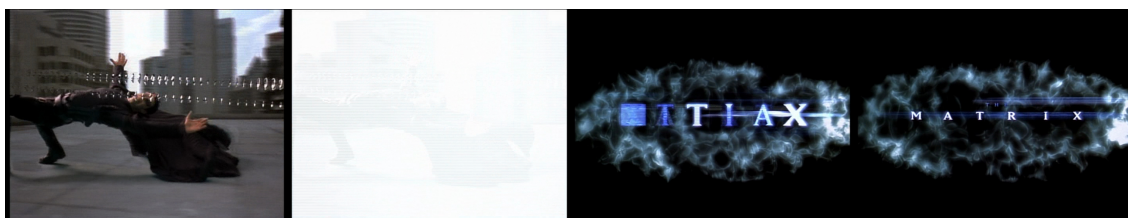


Abb. 9: Titeleinblendung im Abspann (Trailer, 00:02:26; 00:02:26; 00:02:26; 00:02:27)

Obwohl die Schrifteinblendungen sich in einem namenlosen extra-diegetischen Raum abspielen, erscheint das Bewegungsmuster an sich wie ein Filmzitat. Verknüpft mit den vorhergehenden und nachfolgenden Einstellungen sind sie mit der filmischen Struktur verwoben.

Der Matrix-Code

Neben den soeben vorgestellten länger andauernden Schrifttafeln wird der Matrix-Code nur sehr kurz eingeblendet. Sein paratextueller Gehalt ist schwieriger abzugrenzen.

Mit der *The Matrix*-Franchise hat sich allen voran ein Schriftbild als Signatur in allen paratextuellen Kanälen durchgesetzt: Der Matrix-Code, auch als „digital rain“ oder „green rain“ bezeichnet. In der filmischen Handlung versinnbildlicht die Schrift das Vermögen, hinter die Fassade der künstlich geschaffenen ‚Realität‘ zu schauen und die wahre Realität, nämlich die Illusion der Scheinwelt, zu erkennen. Sie besteht aus grünen Schriftzeichen, die vertikal von oben nach unten verlaufen.¹⁰⁷

¹⁰⁷ Ein ähnliches Schriftbild kennzeichnet den Vorspann des Anime *Ghost in the Shell* (Mamoru Oshii 1995). Dieser Film war eine bedeutende Inspirationsquelle für die Wachowskis und die Weiterentwicklung des Codes kann durchaus als eine Bezugnahme verstanden werden. Vgl. Anne-Marie Van de Ven, „The

In dem *The Matrix*-Trailer kommt der Matrix-Code ebenfalls vor, wobei er im Vergleich mit den Trailern der Fortsetzungsfilme, als auch im Vergleich zur Titleinblendung im Film selbst, noch nicht die Filmtitel-Schrift begleitet. Er ist in der Trailergestaltung selbst noch nicht in der prominenten signethaften Position vertreten, wird aber trotzdem in wenigen Fotogrammen eingeblendet. Einerseits wird er im Trailer in Einstellungen gezeigt, die zum einen, deutlich dem diegetischen Raum entspringen (wie zum Beispiel im Hintergrund auf den Monitoren), und zum anderen als bildeinnehmende Einblendungen, in denen sich die Schrift auch zu einem Bild verschlüsseln kann. Sie scheinen mehr wie abstrahierte Trickblenden die Einstellungen zu trennen, respektive ihre Kollision zu verbildlichen.

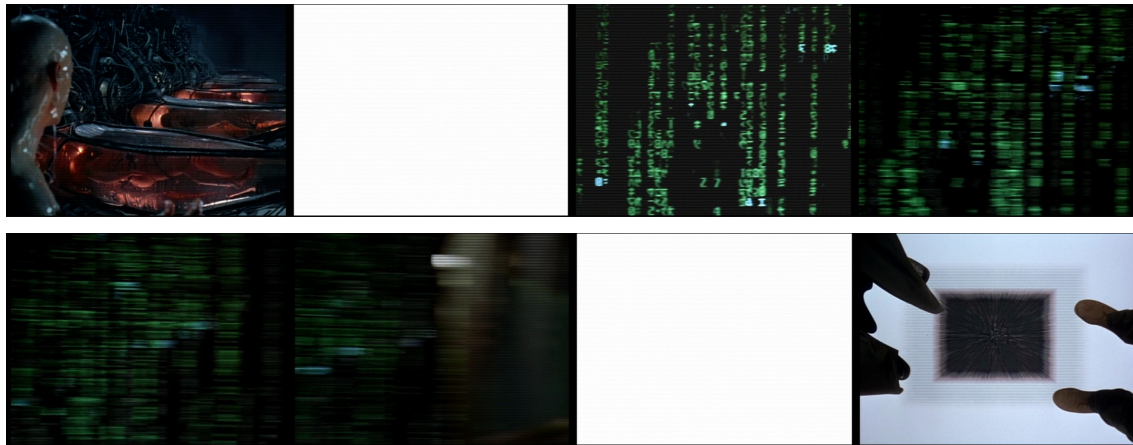


Abb. 10: Matrix-Code mit Keraschwenk

(Trailer, 00:00:52; 00:00:52; 00:00:52; 00:00:52; 00:00:52; 00:00:52; 00:00:52; 00:00:52;

In dem oben dargestellten Beispiel scheint der Code erst in einem abstrakten, nicht weiter definierten, Raum, von oben nach unten zu laufen. Der Reißchwenk jedoch macht deutlich, dass es sich um einen Monitor gehandelt hat, von welchem jetzt in den Raum geführt wurde. Auch auf der akustischen Ebene wird der gleiche Schwenk akzentuiert. Die Weißkader rahmen die Einstellung ein und erhöhen den Kontrast der diametral entgegengesetzten Bewegungsrichtungen der vorigen und nachfolgenden Einstellungen. Während die Technik des Reißchwenks üblicherweise dazu genutzt wird um von einem Blickpunkt zum nächsten zu wechseln, ohne einen sichtbaren Schnitt einzufügen und als eine Form der Blende zu fungieren, wandelt sich der

Schwenk hier zu einer eigenen Einstellung, die durch die Weißkader deutlich kontrastiert ist. Sie wird aus dem Zwischenraum herausgelöst und formal in den Mittelpunkt gestellt.

Der Matrix-Code hat im Trailer noch nicht die paratextuelle Position eingenommen, die er später im Titelvorspann des Filmes und auf den Plakaten einnehmen wird. Zusammen mit den anderen Schriftcode-Bildern, die zwar das komplette Filmbild ausfüllen und deren Verankerung im Film selbst nicht deutlich hervorgeht würde ich ihn im Trailer noch nicht zum Paratext zählen. Hier sei noch einmal an die Anweisung am Anfang dieses Kapitels erinnert, dass nicht automatisch jede Schrift auch ein Paratextelement sein muss.¹⁰⁸

„Schrift ist immer auch Bild.“¹⁰⁹ Die dargestellten Zusammenhänge zwischen den Schrifteinblendungen und den rahmenden Einstellungen haben offenbart, dass die Schrifttafel als Bildtafel in die filmische Handlung integriert ist und ihr nicht konträr gegenübersteht.

2.3 Die Montage

Die Montage als Paratext

Der Trailer trägt als Epitext zum Film eine rezeptionslenkende Rolle. Die spezifischen Gestaltungsprinzipien der Montage tragen wesentlich zu der Erfüllung dieses Ziels bei. Die Montage gliedert die filmische Handlung der Einstellungen in sinnproduzierende Sequenzen, welche alle zusammen den Film formen. So kann die Montage im Werbefilm durchaus eine manipulative Wirkung erzielen, und gezielt bestimmte Reaktionen beim Zuschauer auslösen. In dem Kontext stellt sich die Frage inwiefern der Paratext-Begriff auf die Montage selbst angewandt werden kann. Böhnke schlägt in seiner Übertragung des Paratext-Begriffs auf den Film vor, dass die Funktion der Montage für den Film in Analogie zu derjenigen der Typografie für den Text gesehen werden kann, und somit nach Genette als Paratext untersucht werden kann.¹¹⁰ Böhnke

¹⁰⁸ Vgl. Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 29, 33.

¹⁰⁹ Hüser, „Der Vorspann stört. Und wie“, S. 252. Vgl. auch Georg Stanitzek: „Schrift im Bild ist immer ein Bild“, S. 270.

¹¹⁰ Vgl. Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 9.

führt den Gedanken weiter fort, indem er behauptet, dass auch das Filmmaterial selbst ein Paratext nach dem Konzept von Genette sein kann: „Denn dem Filmmaterial entspricht bei Genette der typographische Satz des Textes“.¹¹¹ In der Hinsicht folge ich Böhnkes Standpunkt, da vor allem auch in der Analyse von *The Matrix* die paratextuelle Analyse der materiellen Substanz und Bedingungen von Trailer, Teaser und TV-Spots zu neuen Ergebnissen führt.¹¹²

Ausgewählte Montage-Beispiele aus dem The Matrix-Trailer

Parallel zu dem Wechsel des narrativen Grundprinzips der Trailer, hat sich ebenfalls die Form der Montage an sich geändert. Die ausgewählten Einstellungen sind nicht mehr dem Prinzip des „continuity editing“ unterworfen, sondern werden nun zunehmend in „Mustern“ arrangiert.¹¹³ Während die Dauer der Trailer sich im Laufe der Jahre wenig verändert hat, kann eine umso größere Abnahme der Dauer der einzelnen Einstellungslängen festgestellt werden.¹¹⁴ Die Neuerung ist mit der Verwendung des Computers im Filmschnitt und die mit ihm einhergehenden Vorteile der Handhabung zu erklären. In den frühen 1990er Jahren betrug die durchschnittliche Einstellungslänge 1,266 Sekunden.¹¹⁵ Die Einstellungen im *The Matrix*-Trailer weisen eine Durchschnittslänge von 0,904 Sekunden auf.¹¹⁶ Die folgenden angeführten Beispiele verdeutlichen anhand von ausgewählten Sequenzen, wie die Trailermontage funktioniert. Sie erlauben es die Zeit kurz anzuhalten und die Gestaltungsmittel, die in

¹¹¹ Ebd., S. 28. Ein Gegenstandspunkt wird von Krautkrämer vertreten: „Ebenso problematisch ist die Subsumierung des Filmmaterials als direkte Analogie zur Typographie, da Genette die Visualität typographischer Dispositive vernachlässigt“. Krautkrämer, „Was der Film von seinem Paratext weiß“, S. 1. Da Genette ebenfalls den verlegerischen Epitext nicht näher mit einbezieht, und der Filmtrailer aufgrund seiner ambivalenten Autorschaft streng genommen auch nicht unter Genettes Paratext-Konzept fällt, erscheint mir Krautkrämers Argument nicht überzeugend.

¹¹² Vgl. hierzu v. a. Kapitel 3.

¹¹³ Hediger, *Verführung zum Film*, S. 16. An anderer Stelle wendet Hediger jedoch auch ein, dass „die neuen Trailer mit Handlungsplot sich zum Film nicht mehr nur als Muster [verhalten], [als] vielmehr ein verkürztes Modell für den Film und sein Erlebnis“ darstellen. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 54.

¹¹⁴ Die gleichbleibende Gesamtdauer ist in den Vereinigten Staaten durch Einschränkungen der Produzentenvereinigung MPAA zu erklären. Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 46.

¹¹⁵ Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 50. Hediger bezieht sich hier auf die Untersuchungen von Christine Vachon und Michael Allen.

¹¹⁶ Die Berechnung erfolgte nach der Formel Hedigers: Länge des Trailers in Sekunden/(Anzahl Schnitte + 1) = Durchschnittliche Einstellungslänge; 150 Sekunden/(165+1)=0,9036... Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 36. Die weißen und schwarzen Einzelbilder wurden bei dieser Berechnung nicht zu den Einstellungen hinzugezählt. Würde man diese und die teilweise abrupten Kamerabewegungen innerhalb einzelner Einstellungen dazu zählen, würde der Durchschnitt noch weiter sinken.

Anschließend an den Logo-Vorspann wird der Zuschauer nach einem sekundelangen stummen Schwarzbild durch ein weißes Bild blitzartig aufgerüttelt. Gleichzeitig wird die Einblendung des weißen Kaders akustisch durch ein schlagendes Geräusch markiert. Nach einer schnellen schwarzen Abblende sehen wir in einer Parallelfahrt aus seitlicher Perspektive eine Frau (Trinity) in einer Totale von links nach rechts über die Dächer rennen. Schnelle schwarze Abblende gefolgt von einer Sekunde und acht Bildern Schwarzfilm. Ein Weißkader. Wir sehen aus einer schnellen Abblende aus Schwarz, weiterhin aus der gleichen Perspektive, die gleiche Frau, jetzt in Nahaufnahme (*Cut In*). Nach wie vor folgt die Kamera parallel in der gleichen Geschwindigkeit wie die rennende Frau. Wieder eine Sekunde und acht Bilder Schwarzfilm. Wieder ein Weißkader. Die Kamera wechselt abrupt in die Vogelperspektive: Sie befindet sich über einer Hochhäuserschlucht. Links im Bild holt die Frau zum wagemutigen Sprung aus. Die Kamerafahrt wird trotz Perspektivenwechsels immer noch von links nach rechts fortgesetzt. Die Frau scheint den Sprung zu schaffen, doch die endgültige Landung ist nicht sichtbar. Schwarze Abblende über acht Bilder. Durchwegs, auch im Schwarzfilm, wird das Geräusch der aufschlagenden Füße untermalt von dem Nachhall des, mit dem Weißkader eingeführten, dumpfen Schlages. Die Laufgeräusche verstummen sofort nach dem Absprung und eine zischende Toneinspielung begleitet den Flug über die breite Straße.

unmittelbar vor, dass es sich nur um Fragmente handelt.¹¹⁷ Die ersten zwei Einstellungen haben exakt die gleiche Dauer von elf Bildern. Ihre regelmäßige Segmentierung durch den Schwarzfilm bewirkt einen Kontrast zwischen der rapiden Bewegungsrichtung, der spannungserzeugenden Tonebene und der visuellen Pausen im Schwarz (Abb. 11). Die andauernde Tonebene suggeriert die Kontinuität der Bewegung an sich. Einerseits scheint der Bildrhythmus dem akustischen Rhythmus unterstellt. Andererseits könnte auch die Segmentierung der Szene als eine Erschaffung eines visuellen Rhythmus hervorgehen. In der Hinsicht würde sich die Frage demnach mehr nach dem Ursprung der Rhythmik richten: Wurde das Bild auf den akustischen Rhythmus beschnitten oder wurde der akustische dem visuellen Rhythmus angepasst? Bevor hier vorschnell eine Hierarchie zwischen Bild und Ton etabliert wird, kann zuerst von einem gleichberechtigten Zusammenspiel ausgegangen werden, in dem die Bildebene die Tonebene unterstreicht und vice versa. Durch die kalkulierte Zeit der Bildeinblendung und die Schwarzfilmpausen erhält die akustische Ebene eine neue Präsenz. Der doppelte Sinnesreiz sogleich nach der Vorspannsequenz bereitet den Zuschauer auf die folgenden Eindrücke vor.¹¹⁸ Die nachfolgende Einstellung mit Neos Exklamation „Whoa“ kann im Kontext des Trailers als eine Vorwegnahme der Zuschauerreaktion gelesen werden.

Während in der klassischen Trailermontage die Filmszenen als Ganzes übernommen wurden, werden sie im modernen Typus zerstückelt.¹¹⁹ Ähnlich dem Konzept der vertikalen Montage bei Eisenstein werden die einzelnen Einstellungen nach Form und Bewegung assoziiert. Die künstliche Verbindung des „falschen Bewegungsanschlusses“ führen dazu, dass die sehr hohe Anzahl visueller Sinneseindrücke für den Zuschauer leichter erfassbar wird.¹²⁰ Durch die scheinbaren lückenlosen Übergänge schafft die Montage ein neues Gefüge, das stellvertretend den Film vertritt.¹²¹

¹¹⁷ Eine weiterführende Analyse zu dem Gebrauch der Schwarzbilder unternimmt Christina Scherer, *Ivens, Marker, Godard, Jarman – Erinnerung im Essayfilm*, München: Wilhelm Fink 2001.

¹¹⁸ Vgl. Kapitel 3.3 zu dem Vergleich mit der Filmszene.

¹¹⁹ Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 51.

¹²⁰ Ebd.

¹²¹ Vgl. ebd., S. 51.

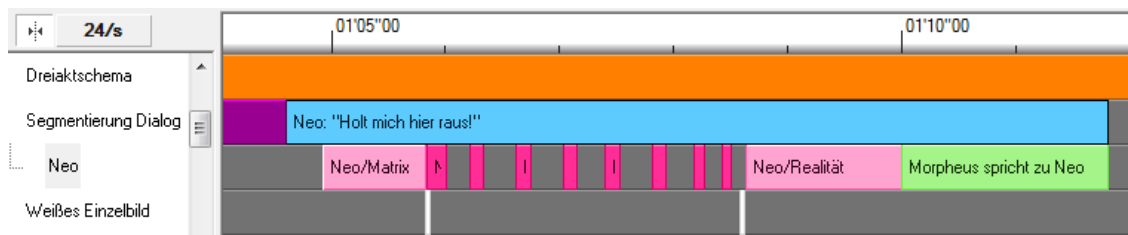


Abb. 12: Die schnellste Schnittfrequenz

Punktgenau in der Mitte des Trailers ist die schnellste Schnittfrequenz des ganzen Trailers angesiedelt (Abb. 12). Alles in allem sind in den knappen 3 Sekunden Film 28 Einstellungen, mit einer jeweiligen Verweildauer zwischen zwei und drei Bildern, aneinander gereiht. Die Sequenz wird formal mit jeweils einem weißen Bild am Anfang und Ende markiert. Die Rahmenhandlung wird von Neo bestimmt, der, in der Matrix auf der Flucht, bittet, dass man ihn heraus hole, und am Ende passiert genau das. In regelmäßigen Abständen wird eine Nahaufnahme von Neo eingeblendet (verdeutlicht durch die rosafarbenen Abschnitte auf Abb. 12). Obwohl die Einstellungen Neos nicht alle aus der gleichen Szene entstammen, kann hier eine Abwandlung der Montageform eines ‚Gitters‘ (*grid*) erkannt werden. Normalerweise wird in dem Montagetypus eine Einstellung zerstückelt, deren Lücken in einem zweiten Schritt mit weiteren Ausschnitten aufgefüllt werden. Durch das wiederkehrende Motiv, dem Gesicht Neos, wird trotz der Reizüberflutung ein regelmäßiger Montagerhythmus deutlich. Die Form der Montage wird von Hediger auch, in Anlehnung an die Funktionsweise eines Rechners, als „Rechenmontage“ bezeichnet.¹²² Im Gegensatz zur Parallelmontage werden hier nicht zwei Szenen miteinander verzahnt, sondern die Lücken eines Erzählstranges mit verschiedenen Filmbildern aufgefüllt. Die Verknüpfung basiert nicht auf einer, zum Beispiel durch Bewegung ausgelösten, Kontinuität, sondern ihre Schnitte sind hart und abrupt. Die Bilder erscheinen vielmehr statisch, da in ihnen wenig bis keine Bewegung stattfindet, und somit auch keine Bewegung in den Zwischenraum der Bilder, in den Filmschnitt, übergeleitet werden kann. Der rote Faden, der die Einstellungen zusammenhält und den Zuschauer an dem schnellen Wechsel beteiligen lässt, sind die immer wiederkehrenden Bilder der unterlegten Szene. In dem Beispiel sind es die Nah- und Großaufnahmen von Neo, der auf dem Stuhl liegt und die Augen verschlossen hat (Abb. 13). Die Detailaufnahme von Neos

¹²² Hediger, *Verführung zum Film*, S. 52.

Gesicht scheint an dieser Stelle nicht zum ersten Mal auf, sie kam bereits in einer früheren Einstellung vor, als Neo die Oberfläche des Spiegels berührt hat, und sich die spiegelnde Masse über seinen ganzen Arm ausbreitet. Die Wiederholung eines Motivs trägt dazu bei, dass sich die damit verbundene emotionale Erfahrung stärker im Publikum verankert. Am Ende der Sequenz fährt die Kamera ausgehend von einer Großaufnahme von Neos Gesicht rückwärts in eine Nahaufnahme mit den umgebenden Personen, Trinity und Morpheus.



Abb. 13: Nah- und Großaufnahmen von Neo, die „Zinken“ der Rechenmontage

(Trailer, 00:01:12; 00:01:12; 00:01:12; 00:01:13; 00:01:13; 00:01:13; 00:01:14; 00:01:14; 00:01:14; 00:01:15; 00:01:15; 00:01:16)

Durch die Verwendung der Rechenmontage wird subsumiert, dass die Bilder sich zwischen den Gliederungspunkten in Neos Kopf abspielen, dass er sie selbst sieht. Auffallend ist, dass regelmäßig abstrahierend anmutende Bilder in die Struktur mit eingebaut wurden. Dies spiegelt sich im vertikal abfallenden Matrix-Code, der Gitteranordnung der Bildschirme, der Fehlermeldung, der Explosion, dem grünen Dunst sowie der gitterartigen Zahlencodierung wieder (Abb. 14). Das Montageprinzip ist auf Pudovkins Kontrastmontage und Eisensteins Ideenmontage

zurückzuführen.¹²³ Es werden „Bild-Objekte“ zusammengefügt anstelle von „Kamerablicken“.¹²⁴ Sie sind zu Objekten geworden, da der Kamerastandpunkt und somit die Verortung als Betrachter nicht mehr erfahrbar ist.¹²⁵ Aus ihren jeweiligen Kontexten entfremdet, besitzen die Einstellungen keine direkt ersichtlichen räumlichen oder narrativen Verbindungen. Die Beziehungen beruhen auf Assoziationen des Zuschauers. Der zugrunde liegende Schnittrhythmus entspricht demjenigen der im Film angewendet wird, wenn die Protagonisten ‚eingejackt‘ werden und zum Beispiel ein Programm heruntergeladen wird.

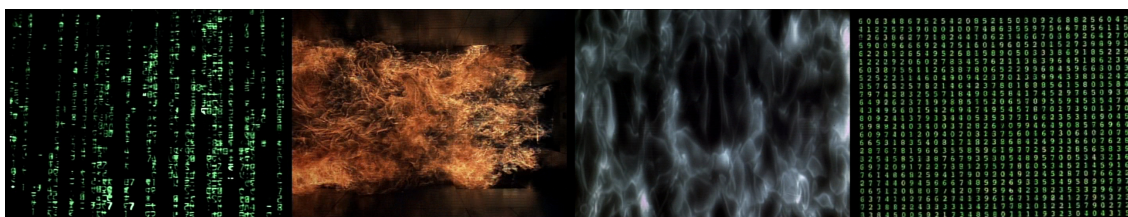


Abb. 14: Abstrahierte Filmbilder (Trailer, 00:01:12; 00:01:14; 00:01:14; 00:01:14)

Die in regelmäßigen Abständen gezeigten Nahaufnahmen unterstreichen Neos Reaktion, sein Aufbäumen und sein verzerrtes Gesicht im Angesicht dieser Szenen. Die Position rekurriert weiter auf den Zuschauer, der in einer ähnlichen Haltung, auf dem Kinossessel dem überfordernden Bildwechsel ausgesetzt ist, und seine eigene Reaktion mit derjenigen Neos verschmilzt. Das durchgängig wiederkehrende Gesicht Neos zeichnet die durchlebten Emotionen vor allem über den Mund ab, geschlossen bis geöffnet, projiziert er die Anspannung und das Aufschreien Neos visuell. Zudem wird dem Zuschauer durch die Drehung des Oberkörpers und des Kopfes ein schwindelerregendes Gefühl der Orientierungslosigkeit vermittelt. Auf der akustischen Ebene spiegelt sich die Montage in dem scheppernden, schlagenden Geräusch, welches den Rhythmus des Bildwechsels wiederaufnimmt. Das Aufwachen und Eintreten Neos zurück in die reale Welt und der damit einhergehende abrupte Wechsel zu einer länger andauernden Einstellung, wird gleichermaßen für den Zuschauer als

¹²³ Vgl. Jan Marie Peters, „Theorie und Praxis der Filmmontage von Griffith bis heute“, in: Hans Beller (Hg.), *Handbuch der Filmmontage. Praxis und Prinzipien des Filmschnitts*, München: TR-Verl.-Union 1993, S. 33-48, hier S. 35.

¹²⁴ Ebd.

¹²⁵ Vgl. Ebd.

Erleichterung empfunden. Die Empathie mit dem Protagonisten ist somit auf doppelter Ebene vollzogen.

In der Montage von sehr kurzen Einstellungen und schnell wechselnden Sinneseindrücken werden bestimmte Bilder stärker vom Publikum registriert.¹²⁶ Die Auswahl ist abhängig von der einleitenden Rahmenhandlung, und auch von der repetitiven Struktur wiederkehrender Motive. Schaudig stellt folgenden Vergleich an: „Der Mensch verhält sich in seiner sensuell-physiologisch begrenzten kognitiven Aufnahmekapazität also wie eine Datenreduktionssoftware; er tendiert dazu, (anscheinend oder scheinbar) ‚Wichtiges‘ von ‚Unwichtigem‘ zu trennen.“¹²⁷ Besonders in Zusammenhang mit *The Matrix* scheint sein Begriff der „Datenreduktionssoftware“ äußerst passend.

Die für den Trailer ausgewählten Filmszenen werden in der Montage teilweise komplett von ihrer Tonspur getrennt.¹²⁸ Die Trennung von der visuellen und akustischen Ebene führt zu einer neuen audiovisuellen Relation. Während im Film der Ton dem Bild noch untergeordnet ist, spielt der Ton in dem Trailer eine dominantere Rolle. Bei dieser neuen „Hierarchie“ ist „die Frage [...] nicht mehr, ob der Ton diegetisch ist, sondern ob das Bild diegetisch ist in Beziehung zum Ton“.¹²⁹ So können die Einstellungen mittels der Tonspur zu zusammenhängenden Sequenzen segmentiert werden.

Morpheus Stimme vermittelt der ersten Gruppierung der Einstellungen einen Konnex: „Hattest du schon mal einen Traum, Neo, von dem du glaubtest, er sei real? – Und was wäre wenn du aus diesem Traum nicht mehr aufwachst? Woher wüsstest du was Traum ist – und was Realität?“.¹³⁰ Jedoch kommt die Stimme zuerst als *Voice-Over* aus einem extra-diegetischen Raum, erst zwölf Sekunden später wird der sprechende Morpheus in einer Einstellung gezeigt, erst hier kann der Zuschauer nachvollziehen zu wem die Stimme gehört. In den Passagen, wo die Stimme von Morpheus zu hören ist, wirken die Einstellungen langandauernd, kontinuierlich und ruhig. Die Redepausen werden demgegenüber mit schnell wechselnden Einstellungen unterlegt. Die ausgewählten Einstellungen fügen sich als Verbildlichung der Rede zusammen. Auf das Stichwort „Traum“ sehen wir Neos Gesicht schlafend in einer

¹²⁶ Vgl. Schaudig, „Phänomenologie des graphischen Titeldesigns filmischer Credits“, S.172.

¹²⁷ Ebd.

¹²⁸ Vgl. Hediger, *Verführung zum Film*, S. 48, 51.

¹²⁹ Ebd., S. 51.

¹³⁰ In der englischen Originalfassung : „Have you ever had a dream, Neo, that you were so sure it was real? – What if you were unable to wake from that dream? How would you know the difference between the dream world – and the real world?“.

Nahaufnahme. Auf Neos Gesicht wird der Computerbildschirm reflektiert. Jedoch wird der Ursprung der Lichtreflexe auf seinem Gesicht nicht in der Trailermontage deutlich. Sie werden vielmehr mit der kurz zuvor gezeigten Gewitterszene in Verbindung gebracht. Die Art und Weise der Sinngebung beweist die Macht der Verknüpfung der Einstellungen für ihren Sinngehalt.

Nachdem Morpheus die Frage beendet hat „von dem du glaubtest, er sei real?“ folgt eine Aneinanderreihung von drei sehr kurzen Einstellungen, die jeweils durch Weißkader voneinander getrennt sind. Die erste Einstellung zeigt eine Untersicht auf eine Person (Neo), die vor einem hellen Rechteck, in der Luft zu hängen scheint. Die zweite eine Nahaufnahme von Neos Gesicht, wobei sein Mund im Begriff ist zu zuwachsen. Die dritte zeigt aus der Vogelperspektive eine Person (Neo), die entlang einer Hochhauswand Richtung Straße fällt. Die Fallbewegung führt jedoch nicht von oben nach unten im Verhältnis zu der gewohnten Wahrnehmung, sondern mehr von der Bildoberfläche Richtung Bildtiefe, bis der Körper fast auf der gleichen Position, wie die erste Einstellung, endet. Durch die Assoziation innerhalb der Rede zu dem Traum, werden die Szenen in der Reihenfolge als Traumbilder interpretiert. Die akustisch bestimmte Montage verdeutlicht, dass die Einstellungsauswahl in Anbetracht des vermittelten Narrativs ausgewählt wurde um illustrativ zur Rede zu fungieren.

Eine weitere akustische Dimension der Montage wird im dritten Akt des Trailers deutlich. Er wird von einer Montage actionreicher Einstellungen bestimmt, welche von ihrer ursprünglichen Tonebene komplett losgelöst sind und durch eine einzige, dem typischen Muster der Filmmusik entsprechende, pathetisch-triumphale Musikspur mit choralen Gesängen, zusammengehalten werden.¹³¹ Die Tonspur gründet auf der Wiederholung eines gleichen leicht spannungssteigernden Satzes, welcher kurz vor der Schrifteinblendung von „KEANU REEVES“ eine erste Steigerung erfährt, bei der die Tonspur der Blasmusik kurz anhält und nach dem zischenden Höhepunkt dann wieder in den unterlegten Rhythmus verfällt. Der zweite musikalische Höhepunkt wird ausgehend von dem Sprung Morpheus entwickelt, um dann nach dem Sturz Trinitys in das Treppenhaus, statt abzuflachen, immer mehr die Tonebene dominiert.

Neben der Musik bildet die Montage der Bewegungsrichtungen und Formen eine Kontinuität. Die Aneinanderreihung der Einstellungen folgt nach unterschiedlichen

¹³¹ Der Musiktitel ist ein Ausschnitt aus „The Eyes of Truth“ von *Enigma*.

Prinzipien. In den ersten Einstellungen erfolgt sie zum Beispiel als Darstellung von Aktion und Reaktion: Die erste Einstellung zeigt rechts im Bild die nach links schießenden Agenten. Ihre Zielscheibe wird erst in der zweiten Einstellung offenbart, wenn wir Trinity links über die Wand laufen sehen, während sich die Kugeln hinter ihr in die Wandplatten bohren. Schließlich erfolgt ein erneuter Kamerapositionswechsel bei dem beide Akteure der Szene ins Bild gerückt werden: Trinity, die durch ein radähnlichen Überschlag zur Seite ausweicht, und ihr direkt gegenüber sind die schießenden Gegner positioniert.

Des Weiteren können die Anschlüsse zwischen den Einstellungen auch auf formal-assoziativer Ebene geschehen: Es folgt eine Einstellung der U-Bahnszene, bei der Neo in seiner breiten Beinstellung eine ähnliche Position als Ausgangspunkt hat, wie im letzten Bild der vorigen Einstellung der schießende Polizist. Neo wird von Mr. Smith in den Bildhintergrund katapultiert. In der Mitte des Falls wird wieder die Kameraposition abrupt geändert und der Flug bis zum Aufprall wird nun aus der seitlichen Perspektive gezeigt. Die Kamera verfolgt den Flug mit einer Kombination von Kamerafahrt und Zoom bis es in der Bildmitte zum Maueraufprall kommt. In der nächsten Einstellung breitet sich ebenfalls aus der Bildmitte eine Explosion in Richtung Bildvordergrund aus. In der gleichen Bewegungsrichtung ist die folgende Szene angelegt, die Neo in Nahaufnahme aus dem Bild schießend, Richtung Zuschauer zeigt, wobei die eben erlebte Explosion an seinen Maschinenpistolenläufen weitergeführt wird. Die nachfolgende Einstellung zeigt die Gegenperspektive: Aus der Untersicht zeichnet die Kamera die herunterfallenden Patronenhülsen als auch die gegenüberstehenden Gegner auf. Schließlich zeigt die nächste Einstellung die gleiche Szene aus der seitlichen Perspektive, wie Neo schießend zwischen den Pfeilern in Richtung der Gegner am rechten Bildrand zuschreitet. Die Kameraposition und mit ihr die (orientierungslose) Perspektive des Zuschauers wird in den beiden Szenen der Konfrontation zwischen Trinity, Neo und den Agenten kontinuierlich verkehrt.

Die Strategie des falschen Bewegungsanschlusses wird in den folgenden zwei Einstellungen deutlich: Die Armbewegung Trinitys, sowie das geschleuderte Messer werden nach einer Weißblende zu einer durch eine Wand greifenden Hand übergeleitet (Abb. 15). Obwohl beide Szenen in der filmischen Handlung nichts miteinander zu tun haben, wird durch die Weiterführung der Bewegung eine Kontinuität in dem schnellen Einstellungswechsel gegeben.



Abb. 15: Messerwurf leitet zu der angreifenden Hand über (Trailer, 00:01:52; 00:01:52; 00:01:52)

Das gleiche Bewegungsmuster, nur in entgegengesetzter Richtung, wird in einer späteren Einstellungsverbindung durchgesetzt. Hier wird der Fußtritt von Trinity und das Zurückschnellen des Polizisten mit dem Durchgreifen eines Armes, durch die Plazenta-ähnliche Wand, fortgeführt (Abb. 16).



Abb. 16: Der Fußstoß wird von der ausgreifenden Hand wieder aufgenommen (Trailer, 00:01:57; 00:01:57; 00:01:58 00:01:58)

Eine andere Verbindung besteht in der Assoziation von ähnlichen Formen, wie zum Beispiel, als Trinity in die Telefonzelle flüchtet und ein Lastwagen frontal mit hoher Geschwindigkeit auf sie zufährt. Die Form der zwei Scheinwerfer des Lastwagens und die Bewegungsrichtung werden zwei Einstellungen später von der U-Bahn widerspiegelt (Abb. 17).



Abb. 17: Wiederholung der Scheinwerfer (Trailer, 00:01:59; 00:02:00; 00:02:00)

Die Bildassoziationen müssen also nicht direkt aufeinander folgen. Sie funktionieren auch in zwei Einstellungen Abstand. Die schnelle Folge von Bildeindrücken vermag das Auge durch den Nachbildeffekt miteinander zu verbinden. So kann die gleiche vorgestreckte Hand und der Schlagschatten der ausgespreizten Finger auf Trinitys Gesicht in Zusammenhang mit dem, die Kokonwand durchbrechendem, Arm und den weit auseinandergespreizten Fingern gestellt werden. Auf die Weitwinkelaufnahme von Trinity, mit zum linken Bildrand vorgehaltener Pistole, folgt nach der Schrifteinblendung auf dem unmittelbaren linken Bildvordergrund das Laufbündel der Maschinenkanone hinter der Neo nach einer Kamerafahrt sichtbar wird (Abb. 7). Der Sprung Morpheus aus dem Fenster des Hochhauses wird übergeleitet in einen Sprung Trinitys durch ein Fenster in das Innere eines Treppenhauses. Wenn auch hier die Bewegung fortgeführt wird, entsteht auf der Bildebene eine Kollision durch den direkten Wechsel zwischen Untersicht und Aufsicht. Auf den Aufprall von Neo und einem Agenten an der Decke des U-Bahnschachtes folgt in der folgenden Einstellung der Aufprall des Helikopters an der Glaswand des Wolkenkratzers. Neben der entgegengesetzten Richtung, von unten nach oben, und dann von oben nach unten, der entgegengesetzten Kameraperspektive, von der Untersicht zur Aufsicht, ist ebenfalls das Farb- und Lichtkonzept diametral gegenübergestellt, von dunkel-matt zu hell-glänzend. Die einheitliche musikalische Untermalung hilft die kurz aufeinander folgenden Einstellungen in einem Fluss wahrzunehmen.

Es werden falsche Bewegungsanschlüsse dargestellt, die die Chronologie der Handlung durchmischen. Durch die Assoziation gleicher Formen, Bewegungsrichtungen und Handlungen werden die Szenen regelrecht miteinander verwoben. Das Schema der Rechenmontage ist hier weiterhin auf der Assoziationsebene geführt, es liegt nicht mehr eine deutlich erkennbare Grundszenen zu Grunde, sondern es zeigt sich vielmehr ein komplexes Muster.

Schließlich soll die Bedeutung des Ausklangs des dritten Aktes unterstrichen werden. Nach der Kollision des Helikopters mit der Hochhausfassade erfolgt eine Einstellung die Trinity an einem Seil hängend zeigt. Die Wucht der Explosion schleudert sie förmlich in den Vordergrund. In dem Moment wo sie fast die Leinwand durchbricht wird ein Weißkader eingeblendet, der schließlich in das Abschalt-Bild eines Monitors übergeht. Gleichzeitig zur Bildebene wird auch die Tonebene abgeschaltet. Wie bereits in dem Logo-Vorspann angemerkt wurde, haben wir es auch hier mit einer

transmedialen Referenz zu tun. Das Bild des abgeschalteten Schirmes führt vor, dass alles bisher Gesehene dem Monitor entsprungen ist, es wird sich keine Mühe gemacht die Transparenzillusion des Kinos zu bewahren. Es stellt sich die Frage ob es sich hierbei um ein reines Gestaltungsmerkmal, das der filmischen Diegese angepasst ist, handelt, oder inwiefern es dem Paratext zugehörig ist? Inwiefern wird hier auf eine Medienreflexion angespielt?

Bereits fünf Jahre vor *The Matrix* wird die Verarbeitung von filmischem ‚Text‘ im Fernsehen von Andrzej Gwóźdź in seinem Artikel „Das Kinematographische tele-vis(ion)iert“ thematisiert.¹³²

„Das filmische Kunstwerk im Zeitalter seiner elektronischen Generierbarkeit (lies: im audiovisuellen Medienverbund) stellt keine Ausführung seiner selbst mehr dar, vielmehr wird es zum elektronischen Schein einer gestaltlosen Matrize.

Was wir also in den Videoinfogrammen (und damit ist sowohl das Fernsehbild der Filmausstrahlung als auch dasjenige der Videoübertragung gemeint) dargeboten bekommen, sind keine Filme mehr, sondern lediglich elektronische Simulationen davon: filmäquivalente und filmindifferente Immaterialien bzw. das televis(ion)ierte Kinematografische – der einzig wahre Fernsehfilm schlechthin.“¹³³

Im Nachhinein scheint die Feststellung Gwóźdź bereits die Handlung von *The Matrix* voraus geahnt zu haben. Für die weitergehende Analyse sei an der Stelle auf das Kapitel 3 verwiesen, in dem es um die Gestaltung des Werbefilms in Form des TV-Spots gehen wird.

Nach dem Schwarzbild wird jedoch noch eine letzte Szene eingeblendet, in der ein Agent in einer Großaufnahme die Pistole zum Zielen ansetzt, und abschießt (Abb. 18). Die abgeschossene Patrone, in Reminiszenz auf den soeben abgeschalteten Monitor, fliegt in einer Zeitraffer-Aufnahme aus dem Bild. Erst in den nächsten Einstellungen wird deutlich an wen der Schuss gerichtet ist, wenn die Kamera in Ausschnitten aus dem *Bullet-Time*-Effekt in Totalen das Ausweichmanöver Neos zeigt. Zuerst erscheint es aber so, als ob das Publikum im Kino selbst anvisiert wird.¹³⁴ Gemeinsam mit der

¹³² Vgl. Andrzej Gwóźdź, „Das Kinematographische tele-vis(ion)iert“, in: Joachim Paech (Hg.), *Film, Fernsehen, Video und die Künste. Strategien der Intermedialität*, Stuttgart/Weimar: Metzler 1994, S. 179-189.

¹³³ Ebd., S. 184.

¹³⁴ Es ist bezeichnend, dass die Montagesequenz in einer fast identischen Form im DVD-Menü der *Ultimate Collection* wieder aufgenommen wird. Die als Loop geschaltete Montage, leitet vom Abschaltsignal des Monitors wieder zurück auf den anfänglichen Schuss, Vgl. DVD 1 *The Matrix* der *The Ultimate Matrix Collection Limited Edition*, DVD [10-Disc Special Edition], Warner Home Video 2004.

sprachlichen Adressierung im Voice Over fungiert die visuelle Adressierung als *Cliffhanger*, als ein offenes Ende, das das Publikum neugierig zur Fortsetzung im Film machen soll.



Abb. 18: Doppelte Vision: Ausgeschalteter Bildschirm wird dem Visiert-sein gegenübergestellt (Trailer, 00:02:22; 00:02:22; 00:02:22; 00:02:23; 00:02:23; 00:02:23; 00:02:24; 00:02:24)

2.4 Die Weißkader

Begriffsbestimmung

Wie in den bisher angeführten Beispielen bereits stellenweise angeführt wurde, scheint das weiße Einzelbild wiederholt an bestimmten Stellen zwischen den Einstellungen auf. Als ein Leitmotiv des *The Matrix*-Trailers fordert es nach einer genaueren Analyse.

Es bietet sich an, den Begriff des Weißkaders, oder des weißen Einzelbildes, an dieser Stelle zu hinterfragen: In der materialen Erscheinung des 35mm Films gibt es die Farbe „Weiß“ streng genommen nicht. Wir haben es mit einem ganz und gar unbedrucktem, von seiner Emulsion befreitem Filmstreifen zu tun. In der Vorführung des Filmstreifens kann das Projektionslicht durch die durchsichtige Fläche hindurch auf die Leinwand strahlen, welche das Licht wiederum in den Raum reflektiert. In jenen Momenten wird die Materialität des Filmes verneint. Bei einer Abspielgeschwindigkeit von 24 Bildern pro Sekunde im Kino, entspricht ein einziges Filmbild demnach der Dauer einer vierundzwanzigstel Sekunde. Der krasse Wechsel zwischen dem dunklen Kinoraum und der Projektion von farbigen Bildern zu einem Moment erstrahlenden Lichts wird trotz der kurzen Dauer aufgrund seines starken Kontrasts

wahrgenommen.¹³⁵ Die (veraltete) Behauptung Karl-Dietmar Möllers, dass das Einzelbild nicht wahrgenommen werden könnte, ist hier deutlich widerlegt.¹³⁶ Im Gegenteil, die folgende Darstellung wird verdeutlichen inwiefern das Einzelbild die Struktur des Trailers prägt und damit auch die Rezeption steuert. Die Illusion der Bewegung des Bildes wird durch die Leerstelle in der Kontinuität gestört. Der Bildträger wird gleichermaßen über seine Unsichtbarkeit unsichtbar.¹³⁷ Wird der gleiche Gedankengang weiter verfolgt, drängt sich die These auf, dass es wohl die Filmbilder sind, die am wahrheitsgetreuesten sind, da sie keine Illusion bespielen. Die Sicht der total erhellten Leinwand kommt in der Kinoprojektion ansonsten nur bei technischen Fehlern vor, wie zum Beispiel wenn der Film vor dem Bildfenster reißt oder die Rolle zu Ende ist und die Filmvorführer es versäumt haben, die Bildklappe zu schließen. Das transparente Filmbild offenbart auf diese Weise die fundamentale Quelle der Projektion: das ungebremsste Licht des Projektors. Dieser Aspekt der Selbstreflexivität des Filmes, der in der Blende erfahrbar gemacht wird, wird ebenfalls von Hans Wulff angesprochen. Wulff erörtert in Hinblick auf Christian Metz' Verwendung des Begriffs der ‚Markierung‘ für die Blenden im Film, dass „man es [hier] mit isolierbaren Elementen der äußeren filmischen Gestalt zu tun [hat], die neben allen anderen Leistungen auch die Tatsache, dass man es mit *Film* zu tun hat, visuell anzeigen“.¹³⁸ In weiterer Folge stellt Wulff folgende These auf:

„Für die filmische Signifikation ist der Schnitt ebensowenig wie die Blenden eine Bruchstelle zwischen Einstellungen; insbesondere die Blenden sind nicht kontingent und auch kein störender Einbruch der Bildkontinuität, sondern ein spezifisches Mittel, die Form des Ausdrucks zu artikulieren, auf

¹³⁵ Um diesen Kontrast sprachlich zu verdeutlichen habe ich mich entschieden den Begriff des weißen Einzelbildes zu verwenden, der in Hinblick auf die digitale Sichtung des Trailers seine Gültigkeit behält.

¹³⁶ Vgl. Karl-Dietmar Möller, „Schichten des Filmbildes und Ebenen des Films“, in: Dutz, Klaus D./Elling, Elmar (Hg.), *Die Einstellung als Größe einer Filmsemiotik. Zur Ikontheorie des Filmbildes*, Reihe papmaks 7, Münster: Münsteraner Arbeitskreis für Semiotik e.V. 1981, S. 45-90, hier S. 80.

¹³⁷ Dabei ist der transparente Filmstreifen besonders anfällig für Staub- und Kratzspuren. Es ist unvermeidlich, dass sich auf die Dauer auf einer längeren Einblendung von transparentem Film diese Gebrauchsspuren sichtbar werden.

¹³⁸ Hans J. Wulff, „Visuelle Reflexivität, Transition, Punktuerung: Blenden und Überblendungen als Mittel der filmischen Rede“, in: *derWulff.de*, URL: <http://www.derwulff.de/2-100> (10.01.2015), hier S. 1 (Herv. i. O.). Eine erste Fassung dieses Artikels erschien in: Jörg Frieß/Britta Hartmann/Eggo Müller (Hg.), *Nicht allein das Laufbild auf der Leinwand... Strukturen des Films als Erlebnispotentiale*, Festschrift für Peter Wuss zum 60. Geburtstag, Berlin: Vistas 2001, S. 139-159 (= Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft. 42,60).

*die Gemachtheit der Bilder zu reflektieren und der filmischen Rede eine ganz eigene fast metasprachliche Qualität zu geben.*¹³⁹

In der allgemeinen Filmanalyse werden die Auf-, Ab- und Überblendungen oftmals nur eindimensional erörtert und als Boten eines Zeit-, Orts- oder Handlungswechsels angesehen.¹⁴⁰ Dem gegenüber können die Blenden jedoch weitere Funktionen einnehmen. Wulff beschäftigt sich in seiner Analyse vor allem mit dem Typus der Überblendung von zwei Einstellungen. In der formalen Traileranalyse stellt sich vor allem die Auf- und Abblende als gern benutztes Gestaltungsmittel heraus. Sie erweisen sich als ideal, wenn es darum geht die sehr unterschiedlichen Einstellungen im Trailer neu zu ordnen und ihre Zusammenschlüsse gestalterisch mit einzubeziehen. Zwar erwähnt Hediger die „blitzlichtartigen Weißblenden oder Schwarzfilmstücke“, und unterstreicht ihre Rolle in Bezug auf die Wirkungsästhetik, ins besonders im neueren Modus des Trailers.¹⁴¹

„Man könnte in diesem Zusammenhang von einer Subjektivierung des Materials sprechen, von der Überführung in einen Bereich, der unterhalb der Aktualwahrnehmung liegt und dem Gedächtnis näher ist.“¹⁴²

Jedoch geht auch er nicht genauer auf ihren spezifischen Gebrauch ein. Ein kurzer Exkurs zu dem Gebrauch des weißen Einzelbildes im Experimentalfilm wird Klarheit über eine mögliche Weiterführung der Interpretation verschaffen.

Die Verwendung des Weißkaders in dem experimentellen Film

Das Spiel mit dem Effekt des einzelnen Weißkaders geht auf die Experimentalfilmkunst zurück. Sie ist die Folge einer Kritik an der konventionellen Art der Filmerzählung, welche die eigentliche Materialität des Funktions- und Konstruktionsschemas von Film zunehmend ins Abseits gedrängt hat.¹⁴³ Die Standardisierung des Filmträgers und Filmformats, der Filmdauer und Filmproduktion sowie der Filmerzählung, hat dazu geführt, dass das Medium an sich immer weniger im Vordergrund stand. Während der

¹³⁹ Ebd., S. 2 (Herv. i. O.).

¹⁴⁰ Vgl. ebd., S. 5.

¹⁴¹ Hediger, *Verführung zum Film*, S. 250.

¹⁴² Ebd., S. 250.

¹⁴³ Vgl. René Thoreau Bruckner, „Travels in Flicker-Time (Madre!)“, in: *Spectator*, 28, 2, Herbst 2008, URL: <http://cinema.usc.edu/archivedassets/096/15634.pdf> (08.01.2015).

Vorführrapparat in der Frühzeit des Kinos noch im Zuschauerraum selbst aufgestellt war und so die Präsenz des Mediums mit seinem unabdingbaren Vorführdispositiv verband, wurde er mit der Etablierung von festen Kinosälen und durch die mit einhergehenden Sicherheitsvorschriften in das Hinterzimmer, den abgeschotteten Vorführraum versteckt.

Avantgarde-Filmmacher strebten danach, das Medium sowie das Dispositiv wieder sichtbar zu machen und den Prozess der Projektion zu zelebrieren.¹⁴⁴ Neben dem Medium galt es auch den Akt des Sehens selbst ins Bewusstsein zu rufen. So präsentierte Peter Kubelka 1960 *Arnulf Rainer*, einen sechseinhalb Minuten dauernden Film, der sich auf die wesentlichen Gestaltungsprinzipien der Filmvorführung konzentriert. Schwarze und durchsichtige Fotogramme sind die einzige visuelle Information. Auf der akustischen Ebene wechseln sich Stille und weißes Rauschen ab. Die Montage der beiden Elemente Ton und Bild beläuft sich auf eine im Vorfeld detailliert aufgestellte Formel.¹⁴⁵ Durch die Alternation in unterschiedlichen Abständen und Längen von schwarzen und transparenten Filmbildern entsteht der Flicker-Effekt. Hierbei wird der gleiche Effekt erzielt als bei einer Verlangsamung der Vorführgeschwindigkeit. Sobald sie sich unter 16 Bilder pro Sekunde bewegt, beginnt das Auge die einzelnen Fotogramme des Filmstreifens zu bemerken, respektive die Bewegung der Umlaufblende des Projektors wird sichtbar. Die Illusion der kontinuierlichen Bewegung wird gestört, das Funktionsprinzip des menschlichen Sehens offengelegt. Ein aufs Elementare reduzierter visueller Bildrhythmus wird erfahrbar. Neben Kubelka befassen sich unter anderen Tony Conrad (*The Flicker*, 1966), Paul Sharits (*Ray Gun Virus*, 1966; *T,O,U,C,H,I,N,G*, 1968) mit den Sinnesreizen des stroboskopischen Bildes.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Der Flicker-Effekt wurde anschließend auch in zeitgenössischen Hollywood-Filmen eingebaut; z.B. in der Zeitreise-Sequenz in *The Time Machine* (George Pal, 1960), Vgl. René Thoreau Bruckner, „Travels in Flicker-Time (Madre!)“, in: *Spectator*, 28, 2, Herbst 2008, URL: <http://cinema.usc.edu/archivedassets/096/15634.pdf> (08.01.2015), S. 3. Rowin nennt zudem die Beispiele *The Graduate* (Mike Nichols, 1967), *The Clockwork Orange* (Stanley Kubrick, 1971) und *The Exorcist* (William Friedkin, 1973) und nicht zuletzt auch im Musik-Video, Vgl. Michael Joshua Rowin, „Flashes of Brilliance. A brief history of the flicker film“, in: *Museum of the Moving Image* (11.06.2009), URL: <http://www.movingimagesource.us/articles/flashes-of-brilliance-20090611> (08.01.2015).

¹⁴⁵ Vgl. Die schriftliche Partitur zum Film auf *See this Sound*, URL: <http://www.see-this-sound.at/works/716/asset/631> (08.01.2015). Vgl. Michaud, Philippe-Alain, „Flicker“, le ruban instable“, in: *Les Cahiers du Musée National d'Art Moderne*, 94, 2006, S. 88-95, hier S. 91.

¹⁴⁶ Vgl. Michael Joshua Rowin, „Flashes of Brilliance. A brief history of the flicker film“, in: *Museum of the Moving Image* (11.06.2009), URL: <http://www.movingimagesource.us/articles/flashes-of-brilliance-20090611> (08.01.2015), S. 1-4.

Auf welche Weise sich der Gebrauch des weißen Filmbildes im *The Matrix*-Trailer von demjenigen des Experimentalfilmes unterscheidet wird in der Folge diskutiert werden.

Der spezifische Gebrauch des Weißkaders in der Montage des The Matrix-Trailers

Zurück zu dem Vorkommen des weißen Filmbildes bei dem Trailer von *The Matrix*. Insgesamt gibt es 25 einzelne Weißkader, wobei sie unterschieden sind von länger andauernden Weißblenden (die sich als Auf- und Abblende bis zu 5 Bildern hinziehen). Im Total gibt es 20 längere Weißmomente. Während die schwarzen Zwischenkader, als längere Schwarzmomente, oder als Auf- und Abblende, durchaus als gängiges Stilmittel in der Montage eines Trailers gesehen werden können, erscheint der exzessive Gebrauch des weißen Kaders als ein Spezifikum des Trailers.¹⁴⁷

Die Struktur der Verteilung des Weißkaders im Vergleich zu dem Schwarzkader in dem *The Matrix*-Trailer wird anhand folgender Grafik anschaulich:

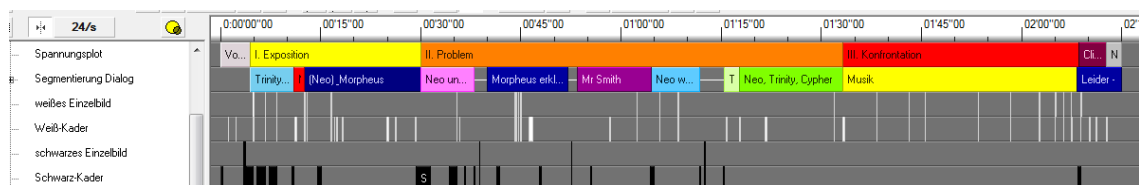


Abb. 19: Darstellung des Aufscheinens der weißen und schwarzen Kader auf der Zeitleiste des Trailers¹⁴⁸

Eine Zeile verdeutlicht das Vorkommen aller weißen oder schwarzen Filmbilder, sowohl als Einzelbild, als auch als längere Einblendung. Davon abgetrennt wird in

¹⁴⁷ Im Rahmen dieser Arbeit konnte nicht konsequent eine Analyse aus einem großen Kontingent von Trailern hinsichtlich des Erscheinens von weißen Einzelbildern durchgeführt werden. Diese Feststellung beruht einerseits auf persönlichem Einschätzen und andererseits darauf, dass Hediger dieses Stilmittel nicht explizit als Gestaltungsmerkmal beleuchtet. So scheinen weiße Kader z. B. auch im 1999 erschienenen *The Sixth Sense*-Trailer (M. Night Shyamalan 1999) auf, jedoch in geringerer Anzahl und v. a. in Form von längeren Blenden. Es gilt in weiteren Trailer-Analysen die Wahrnehmung für den Einsatz der weißen Filmbilder zu schärfen um seinen Gebrauch und Wirkung genauer zu untersuchen.

¹⁴⁸ Im Anhang ist eine größere Darstellung der gleichen Grafik abgebildet. Zusätzlich kann das Aufscheinen der einzelnen weißen und schwarzen Filmbilder auf dem Einstellungsprotokoll, ebenfalls im Anhang ersichtlich, im Detail nachvollzogen werden.

einer weiteren Zeile noch einmal verdeutlicht, an welchen Stellen wir es nur mit einem Einzelbild zu tun haben. Bei den schwarzen Einblendungen fällt auf, dass sie besonders zu Beginn des Trailers längere Zeitspannen umfassen, und im dritten Akt gar komplett ausfallen. Die weißen Einblendungen hingegen ziehen sich über alle Akte hindurch in relativ regelmäßigen Abständen. Es ist nicht verwunderlich, dass die Schwarzblenden generell länger andauern als die Weißblenden, da letztere, bereits als Einzelbild, aufgrund ihres Kontrastes zu dem dunklen Kinosaal, weit intensivere Sinnesreize auslösen.

Grundsätzlich ist der weiße, respektive der transparente Bildkader immer eine nachträglich eingefügte Instanz. Jedoch kann zwischen unterschiedlichen Motivationen des Aufscheinens unterschieden werden. Die Weißblende kann durchaus einen direkten Bezug zur filmischen Diegese haben. Als Beispiele im besprochenen Trailer kann hier die Unwetter-Szene gelten, in der das weiße Einzelbild stellvertretend für den sensorischen Reiz eines Blitzes steht (Trailer, 00:00:12:19). Ebenso kann die Weißblende die anfängliche Verblendung durch die Taschenlampen der Spezialeinheit präfigurieren (Trailer, 00:01:33:11).

Trotzdem sind die wenigsten ihrer Anwendungen in dem Trailer durch die Diegese bestimmt und können somit mehr als ein extradiegetisches Konstrukt der Trailermontage gesehen werden. Sie werden an Stellen eingefügt, an denen sie im Film nicht aufscheinen. In dem Sinn erlangen sie den Stellenwert eines Paratexts innerhalb des epitextuellen Konstrukts des Trailers.

Inwiefern wird der Trailer durch den Gebrauch dieses Stilmittels rhythmisiert? Die Analyse der Montage der ersten Szene, in der Trinity rennt und springt, zeigt das synästhetische Zusammenspiel von Ton- und Bildebene. Der bildinhärente Rhythmus wird durch die Anwendung der Schwarzkader und ihrer Akzentuierung durch ein weißes Einzelbild nach einem regelmäßigen System hervorgerufen. Das fast schon mathematische Prinzip tritt in der Form nur einmal im Trailer hervor. So wie die obige Grafik es darstellt, sind die nachfolgenden Einblendungen von weißen und schwarzen Kadern unregelmäßig über die Zeitleiste des Filmes verstreut. So kurz die Blenden auch sein mögen, so scheinen sie durch ihr unmittelbares Aufscheinen eine Verdoppelung des Schnittrhythmus zu bewirken. Obwohl sich auf den ersten Blick kein offensichtlicher gleichmäßiger Rhythmus offenbart, kann dennoch von einer Rhythmisierung des Trailers durch die Einblendung der einzelnen Weißkader

ausgegangen werden. Die in der Folge angeführten Beispiele ihres Einsatzes werden dahingehend neue Einsichten bringen.

Welchen Zweck verfolgt der Einsatz von den Blenden im *The Matrix*-Trailer? Die schwarzen, vergleichsweise länger andauernden, Einblendungen bezeichnen Pausen zwischen zwei Szenen. Sie kündigen nach dem klassischen Prinzip einen Wechsel an und fungieren mehr als eine Grenze. Dem hingegen erscheinen die weißen Einblendungen wie Akzentuierungen eines dramatischen Gehalts. Sie verstärken die durch die Bilder ausgelösten emotionalen Reaktionen, wie zum Beispiel, wenn sie auf den, in Großaufnahme gefilmten, Aufschrei anschließen (Trailer, 00:00:28:21, als weiße Abblende). Ein verstärktes Auftreten des Weißkaders ist in der Sequenz zu vernehmen, die innerhalb des Trailers als Traumsequenz gedeutet werden kann (Trailer, 00:00:15:00 bis 00:00:18:08). Hier wird sowohl der Traum an sich, als auch die in ihm vorkommenden Szenen durch den Einsatz des Weißkaders gerahmt. Die Selbstreflexivität wird von Béla Balázs weiter ausgeführt:

„Darum hebt die Blende das Bild gleichsam aus dem natürlichen Raum und aus dem natürlichen Zeitablauf heraus, darum wirkt es *nicht wie gesehen, sondern wie gedacht*. Wenn im Film Erinnerungsbilder oder Visionen ‚auftauchen‘, so pflegt man sie auf- und abblenden zu lassen.“¹⁴⁹

Die weißen Filmbilder markieren die Bruchstelle zwischen den Einstellungen und legen die Leerstellen offen ins Bild. Ihr unmittelbares Aufscheinen in der schnellen Schnittfolge wird zum Teil nur subliminal wahrgenommen. Der von ihnen ausgehende Sinnesreiz ist durch ihre Helligkeit dennoch so stark, dass ein direktes Einwirken auf das Unterbewusstsein nicht ausgeschlossen werden kann.

Die werbestrategische Wirkung von Einzelbild-Einblendungen wurde zuerst 1957 von James Vicary erprobt. Er behauptete ein Experiment durchgeführt zu haben, in dem er im Kino über das Filmbild den Text „Eat Popcorn“ und „Drink Coca-Cola“ einblenden ließ.¹⁵⁰ Jedoch war die Studie ein reines Konstrukt seiner Fantasie, das nicht ausgeführt wurde. Sie hatte dennoch dazu geführt eine Diskussion über die subliminale Werbung aufkommen zu lassen.¹⁵¹ In Folge wurden tatsächliche

¹⁴⁹ Balázs zit. n. Wulff, „Visuelle Reflexivität, Transition, Punktuation“, S. 9 (Herv. i. O.).

¹⁵⁰ Es stellte sich heraus, dass diese Studie nie durchgeführt wurde und lediglich ein Marketinggag war. Vgl. Michaela Krützen, *Dramaturgien des Films. Das etwas andere Hollywood*, Frankfurt/Main: S. Fischer 2010, S. 142.

¹⁵¹ Vgl. Krützen, *Dramaturgien des Films*, S. 141. Der Begriff „subliminal“ setzt voraus, dass die Wahrnehmung nur im Unterbewusstsein stattfindet. Es ist jedoch fragwürdig wie unbewusst ein Einzelbild

empirische Untersuchungen durchgeführt, die offenlegen, dass durch derartige Markeneinblendungen tatsächlich die Wahl für ein bestimmtes Produkt herbeigeführt werden kann, sofern das Grundbedürfnis des Hungers oder Dursts im Vorfeld besteht.¹⁵²

Der psychische Effekt des Einzelbildes auf den Zuschauer wurde im gleichen Jahr wie *The Matrix* 1999 in dem Thriller *The Fight Club* (David Fincher 1999) in Szene gesetzt. In die Montage wurden hier Einzelbilder eingebaut auf denen Tyler Durden plötzlich auftaucht, wodurch die schizophrenische Wahrnehmung des Protagonisten filmisch reproduziert wird. Außerdem fügt Tyler, der als Filmvorführer arbeitet, in der Geschichte Einzelbilder eines männlichen Geschlechtsteils in Kinderfilme ein um emotionale Reaktionen bei den jungen Besuchern hervorzurufen. In der Schlusssequenz des Filmes gelangt die Montage auch im tatsächlichen Film zur Ausführung.¹⁵³

Der vorgestellte Diskurs um die Wirkungskraft des Einzelbildes legt nahe, dass es sich im Fall seines Gebrauchs im Trailer als herausstechendes weißes Monochrom nicht um eine zufällige, unreflektierte Anwendung handelt. Zu dem Funktionsschema des Trailers stellt Hediger die These auf, dass

„Trailer das Film-Erinnern modellieren und ihre Adressaten dazu bringen, psychische Reaktionen zu entwickeln, als ob sie sich an den Film erinnern würden. Unter den Vorbehalt des Noch-nicht stellt der Trailer diese Aktualwahrnehmung-als-Erinnerung vorab durch die Unvollständigkeit der vermittelten Information.“¹⁵⁴

Die Einblendung der Weißkader mögen durchaus an der Re-Konstruktion des Filmerlebnisses teilhaben.

in einem Film, der mit 24 Bildern pro Sekunde abgespielt wird wahrgenommen wird. Bewusst sichtbar ist das Einzelbild schon, vorausgesetzt die Augen zwinkern nicht gerade in dem gleichen Augenblick. Eine andere Möglichkeit, diese Abspielfrequenz zu untergraben ist der zusätzliche Gebrauch eines Tachistoskops. Vgl. Krützen, *Dramaturgien des Films*, S. 141.

¹⁵² Ein Beispiel einer späteren Studie: Johan C. Karremans/Wolfgang Stroebe/Jasper Claus, „Beyond Vicary's fantasies: The impact of subliminal priming and brand choice“, in: *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, 2006, S. 792-798.

¹⁵³ Eine ausführliche Analyse unternimmt Krützen, *Dramaturgien des Films*, S. 140-147. Wie sie treffend herausstellt, ist *The Fight Club* überhaupt exemplarisch für die Offenlegung der Transparenzillusion des Kinos.

¹⁵⁴ Hediger, *Verführung zum Film*, S. 250.

Der Weißkader = ein Paratext?

Abschließend gilt es die Beantwortung der eingangs gestellten Frage ob der Weißkader als Paratext angesehen werden kann, noch einmal in Revue passieren zu lassen. Wenn die Montage als peritextuelles Element zum Film angesehen werden kann, da sie die Einstellungen in dem Kontext des Epitext-Gefüges „Trailer“ neu miteinander verknüpft und so auch neue Zusammenhänge darstellt, dann liegt es nahe, die einzelnen schwarzen und weißen Einzelkader ebenfalls als Paratext zu untersuchen.

Das weiße Bild taucht in *The Matrix* nicht nur im Medium des Filmes auf. So hat es ebenfalls eine Verwendung in dem Comic „Butterfly“ (dt. „Schmetterling“) von Dave Gibbons als weißes Panel gefunden (Abb. 20). Wie der Film weist auch der Comic eine Struktur von montierten (Kamera-)Perspektiven auf, beide Medien stehen in einem wechselseitigen Austausch. Das Projekt der Comics ist auf die Leidenschaft der Wachowskis für dieses Medium zurückzuführen und ist die Verwirklichung der Idee, Comic-Zeichner zu bewegen Geschichten, die sich in dem diegetischen Raum der Matrix abspielen, für die Webseite zum Film, zu entwickeln.¹⁵⁵ Die direkte Übersetzung der Handlung des Filmes war ausdrücklich nicht erwünscht. Zu dem Zeitpunkt der Initiierung des Projektes, 1997, war der erste Film noch nicht gedreht worden. Zu welchem Zeitpunkt genau Dave Gibbons Comic entstand ist unklar.¹⁵⁶ Die Frage ob das weiße Panel seinen Ursprung ausgehend vom Trailer hat, macht hier, hinsichtlich der unzureichenden Quellenlage, wenig Sinn. Vielmehr erscheint es aufschlussreich die Art und Weise seines Gebrauchs zu betrachten. Genauso wie im Film ist auch im Comic das weiße Bild eine bewusst markierte Leerstelle, die eine Pause markiert. Innerhalb der ausgeprägten visuellen Information sticht es durch seinen Kontrast zu dem benachbarten schwarzen Panel doppelt hervor. Dem Handlungsstrang der Geschichte folgend, stellen beide Panels eine Sinneinheit dar und können ähnlich einem *Point-of-View-Shot* die Perspektive der liegenden Person repräsentieren. Chuang Tzu, liegt tödlich verwundet am Boden, schließt die Augen – schwarz – um dann – weiss – in einer regelrechten Erleuchtung mit dem Schmetterling

¹⁵⁵ Vgl. die Einleitung von Spencer Lamm, „Die Matrix ruft dich!“, in: *Matrix Comics. Band 1*, Stuttgart: Panini 2001, S. 4.

¹⁵⁶ Auf der Homepage war 1999 noch keine Rede von Dave Gibbons' Comic. Vgl. o. A., *whatisthematrix.com*, *Comic News*, archiviert von *web.archive.org* (20.12.1999), URL: http://web.archive.org/web/20061116004433/whatisthematrix.warnerbros.com/cmp/cx_archive.html (27.01.2015).

davonzufliegen. Zudem prägen die Farben bereits in den Seiten davor die zeitlich parallel erzählte Geschichte durch die Panelumrahmungen: Der ruhige Innenraum von Chuang Tzu ist in weißer Farbe umrandet, derweil die Verfolgungsjagd im Außenraum schwarz umrahmt ist.



Abb. 20: Dave Gibbons, „Schmetterling“, in: Andy & Lana Wachowski (Hg.), *Matrix Comics. Band 1*, Stuttgart: Panini 2001, S. 64-77, hier S. 76-77.¹⁵⁷

In der direkten filmischen Übersetzung würden die monochromen Panels jedoch weniger Einzelbildern entsprechen, als vielmehr länger andauernden Blenden, da sie im Comic, die Zeit anhalten. In ihrer Bruchstelle liegt gleichermaßen die Reflexion über das Vergangene und das Kommende. Zu ihrem Verständnis, ist der Leser gezwungen innezuhalten, da sie den Erzählfluss durchbrechen. Die Erzählzeit im Film hingegen ist an den konstant bleibenden zeitlichen Ablauf des Mediums (24 Bilder/Sekunde) gebunden.

Im *The Matrix*-Trailer rekurren die weißen Fotogramme ebenfalls stellenweise auf ihre schwarzen Gegenspieler. Wie bereits die exemplarische Beschreibung ihres Aufscheinens dargelegt hat, erscheinen sie ebenfalls mehrmals in Relation zu Großaufnahmen von Neos Gesicht, wie zum Beispiel in der Mitte des Trailers, wo sie

¹⁵⁷ Zur Online-Version vgl. whatisthematrix.com, archiviert auf web.archive.org (24.01.2001), URL: <https://web.archive.org/web/20090311035519/http://whatisthematrix.warnerbros.com/cmp/daveg1a.html> (27.01.2015).

die Sequenz mit der höchsten Schnittfrequenz rahmen und in ihrer Stellung die erlebten Momente der Bewusstseinsweiterung verdeutlichen.¹⁵⁸

Inwiefern die Montage der Weißkader im Trailer durch den experimentellen Film oder Animationstechniken motiviert wurde, kann nicht sicher beantwortet werden und bleibt hypothetisch.¹⁵⁹ Es erscheint jedoch auf ein gewisses Zeitgefühl der Jahrtausendwende zurückzuführen sein, dass das Mediale seinen (Selbst)Reflexionsort im Kino gefunden hat. So unscheinbar die Weißkader bei der regulären Sichtung des Trailers von dem allgemeinen Publikum wahrgenommen werden, so wirksam sind sie in ihrer Funktion, durch ihr Aufblitzen Reize zu signalisieren und das reflexive Bewusstsein zu stimulieren.

¹⁵⁸ Vgl. Kapitel 2.3, Abb. 12.

¹⁵⁹ Sicher ist, dass sich die Wachowskis selbst bereits in ihrem Storyboard zum Film stark über die Kadrierung und Montage der Szenen Gedanken gemacht haben und von vorneherein viel Inspiration sowohl aus japanischen Animationsfilmen, als auch aus Comics geschöpft haben. Vgl. Charles Solomon, „Inspired by the film they inspired“, in: *The Los Angeles Times*, 1. Juni 2003, URL: <http://articles.latimes.com/2003/jun/01/entertainment/ca-solomon1> (27.01.2015).

3 Analogien und Differenzen zwischen Trailer, Teaser, TV-Spots und Film

3.1 Der Teaser

Inwieweit unterscheidet sich die Struktur des Teasers von derjenigen des Trailers?

In der Filmterminologie bezeichnet der Begriff ‚Teaser‘ einen kurzen Werbefilm, der noch vor dem Filmtrailer, ungefähr sechs bis neun Monate vor dem eigentlichen Filmstart veröffentlicht wird.¹⁶⁰ Seine Dauer ist auf 60 bis 90 Sekunden begrenzt.¹⁶¹ Er vermittelt die ersten visuellen Eindrücke eines Filmes und hat die Aufgabe, ein erstes Werbeimage zu schaffen und den Filmbildern Wiedererkennungswert zu verleihen.¹⁶² Die Vermittlung des Filminhalts, der Handlung und der Protagonisten ist nicht sein primäres Ziel. Bedeutend ist in der Hinsicht das Konzept des „Key Art“-Symbols (das Kennsignet des Films) welches als „Reizbild“ begleitet von einem „Slogan“ das filmische Markensignal verkörpert.¹⁶³

Der Begriffsname (von dem Verb „to tease“, dt. u. a. necken, quälen, reizen) deutet bereits das Rezeptionsprinzip des Teasers an.¹⁶⁴ Es kann vorkommen, dass der

¹⁶⁰ Seit den 1960er Jahren gehören die Teaser zum festen Bestandteil der Filmwerbung. Vgl. Ludger Kaczmarek/Vinzenz Hediger/James zu Hünigen, „Teaser“, in: *Lexikon der Filmbegriffe* (22.04.2012), URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=2073> (22.11.2014). Der Begriff wird ebenfalls in anderen Medien (z. B. Internet, Printmedien, Radio) verwendet, und kann auch erste Textfragmente, Sprachfragmente sowie Bilder bezeichnen, die den Rezipienten hinhalten sollen.

¹⁶¹ Vgl. ebd.

¹⁶² Vgl. ebd.

¹⁶³ Ebd.

¹⁶⁴ Eine weitere Bedeutungskonnotation ergibt sich durch jene aus dem Ende des 19. Jahrhunderts, der zufolge das Verb „tease“ auch in Bezug auf die sexuelle Annäherung benutzt wurde. Der Lexikonartikel

Teaser noch keine Filmszenen beinhaltet, da sie noch nicht abgeschlossen sind.¹⁶⁵ Aus dem gleichen Grund können in ihm Filmeinstellungen vorkommen, die später im Film selbst nicht mehr erscheinen, oder extra für den Teaser geschaffen wurden.¹⁶⁶ Wie verhält sich nun der Trailer zu diesem, ihm vorläufigen, Paratext?

Der offizielle *The Matrix*-Teaser dauert genau 60 Sekunden.¹⁶⁷ Der Logo-Vorspann folgt den gleichen visuellen als auch akustischen Gestaltungsprinzipien wie der bereits vorgestellte Trailer-Vorspann mit dem einzigen Unterschied, dass die erste Einstellung zum Warner Bros. Pictures-Logo bereits das Verfremdete darstellt. Es wird im Teaser darauf verzichtet, den Schein des ‚normalen‘ Logos sichtbar umzukehren. Das Monitorbild fand hier ebenfalls bereits Verwendung.

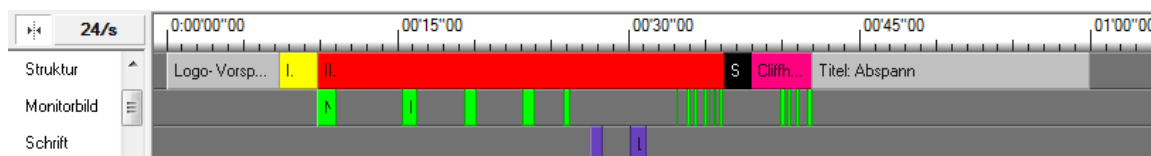


Abb. 21: Struktur des *The Matrix*-Teaser

Der Teaser kann neben Vor- und Abspann in drei weitere Teile gegliedert werden (Abb. 21). Unmittelbar nach dem Vorspann zeigt der erste Teil den Sprung Trinitys über die breite Straße, unterlegt mit dem zischenden Geräusch, wie wir es bereits aus dem Trailer kennen. Die nachfolgenden Szenen des zweiten Teils folgen jedoch weder der Chronologie des Trailers, noch der des Filmes. Am Ende des zweiten Teils wird die Schnittfrequenz ab der 35. Sekunde gesteigert. Nach 7 Sekunden wird das Bild am Höhepunkt der Schnittfrequenz plötzlich eine Sekunde lang schwarz. Der Ton verstummt gleichzeitig. Nach diesem deutlichen Schnitt setzt die finale Szene ein, in der Neo frontal auf einen, im Bild unsichtbaren, Gegner schießt.

lässt vermuten, dass die erste Begriffsverwendung der 1930er Jahre in Hollywood auf diese Konnotation zurückginge. Vgl. ebd.

¹⁶⁵ Wie z. B. der Teaser zu *The Da Vinci Code* (Ron Howard 2006).

¹⁶⁶ Vgl. Sean Griffin, „Maßgeschneiderte Vorfreude. TV-Spots für Kinofilme“, Übs. Vinzenz Hediger, in: Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, *Demnächst in Ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung*, Marburg: Schüren ²2009, S. 326-331, hier S. 327.

¹⁶⁷ Als Referenz dient hier der Teaser auf der Bonus DVD 10 *Die Archive Zions*, der *The Ultimate Matrix Collection Limited Edition*, DVD [10-Disc Special Edition], Warner Home Video 2004.

Ein erster fundamentaler Unterschied zu dem Trailer wird durch die Betonung der Tonspur deutlich. Die, dem Sprung nachfolgenden, Einstellungen werden von einem hämmernden schnellen Rhythmus unterlegt, welcher ab der 30. Sekunde von einem langsam ansteigenden, an weißes Rauschen erinnerndes, Geräusch begleitet wird. Letzteres nimmt in der Sequenz mit dem schnellsten Einstellungswechsel Überhand, um schließlich mit der Großaufnahme von Neos Schrei zum Höhepunkt zu gelangen. Es folgen zwei Sekunden absoluter Stille. Davon spielt sich die erste Sekunde vollkommen im Dunkeln ab. Dem Aussetzen des Tons ist das Aussetzen des Bildes unterlegt. Die zweite Sekunde Stille zeigt nach einer schwarzen Aufblende, wie Neo mit seinen zwei Maschinenpistolen schießt. Das Geräusch der Schüsse wird auf der Tonspur mit einem digital anmutendem Geräusch angedeutet. Im darauf folgenden Abspann fällt gleichzeitig mit dem Auftauchen der Titelschrift ein letzter heftiger Schlag, der langsam ausklingt.

In dem Teaser wird mittels der digitalen Geräuschkulisse die Entfremdung des Bildes im Logo-Vorspann konsequent auch auf die Tonspur übertragen. Die Abwesenheit von der menschlichen Präsenz, in Form von Rede oder Dialog auf der Tonspur, unterstützt die Vermittlung der maschinellen Dimension.

Die zweite grundsätzliche Differenz zu dem Trailer wird durch das Monitorbild bestimmt (auf Abb. 21 in grün dargestellt). Nach der Einblendung im Vorspann zieht es sich als Leitmotiv über die Gesamtheit des Teasers (insgesamt 16 Einblendungen). Dabei zeigt es die, aus dem Trailer bekannte Perspektive der Überwachungskamera nur in der Logo-Vorspann-Sequenz. Die weiteren Monitorbilder haben die Typografie, der im Abspann benutzten Titelschrift (so wie sie auch im Trailer vorkommt) eingeblendet. Die typografischen Zeichen befinden sich in der Generierungsphase und es scheinen codierte Zeichen aber auch erkennbare Buchstaben wie „M, X, T, I, R, A“ auf (Abb. 22). Jedoch sind nur fünf Stellen auf dem Monitor vorgesehen und die vollständige Generierung des Filmtitels ist unmöglich. Dennoch wird der Zuschauer (zumindest jener, der den Titel bereits kennt) den sechsten Buchstaben zu vervollständigen versuchen und sich bei jeder Einblendung den Filmtitel „Matrix“ ins Gedächtnis rufen.

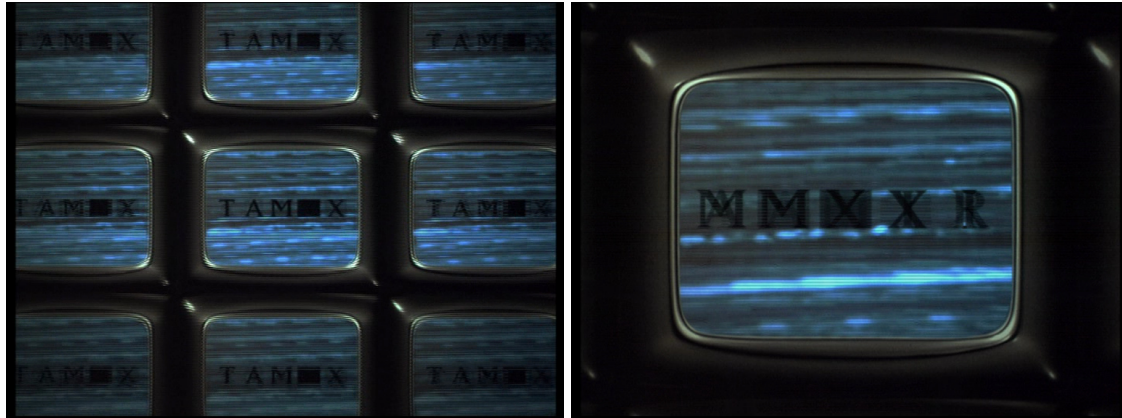


Abb. 22: Monitorbild (Teaser, 00:00:29; 00:00:29)

Zudem wird der Fokus auf den Monitorinhalt und damit auf die Schrift durch eine Kamerafahrt hergeleitet. Während zu Beginn, wie im Vorspann, noch die umliegenden Monitore bis zur Hälfte erkennbar sind, fährt die Kamera kontinuierlich auf den mittigsten Monitor zu. Die Vorwärtsbewegung mittels der *Cut-in*-Montage scheint sich mit jedem Einblenden des Monitorbildes schneller zu vollziehen und immer näher in die Mitte heranzufahren. Nach der Schauspielernennung ist die Sogbewegung auf kleinstem Raum inmitten einer hohen Schnittfrequenz zusammengeballt. Dicht aufeinander folgen die nur mehr als Einzelbild eingeblendeten sich stetig vergrößernden Monitorbilder.

Neben der Einblendung der Schriftzeichen spielt das Monitorbild selbst eine Rolle des Vorzeigens wie der Teaser. Zwischen den wechselnden Schriftbildern wird wie bei einem Senderwechsel ein Bild der nachfolgenden Einstellung bereits vorab eingeblendet (Abb. 23). Angepasst an die Bildstruktur des Monitors in einem grün-grauen Farbschema scheint der Teaser im Teaser selbstreflexiv seine Funktion zu demonstrieren. Durch die Verschachtelung entsteht das Gefühl jedes Mal in die, sich am Monitor ereignende, Szene einzutauchen, um dann wieder durch den nächsten Monitor zur nächsten zu gelangen.



Abb. 23: Monitorbild (Teaser, 00:00:18; 00:00:19)

Der Zoom in die filmische Handlung spiegelt sich ebenfalls in dem Schnitt mancher Einstellungsfolge wieder, wie zum Beispiel in der Szene, wo Morpheus Neo die zwei Pillen hinhält (Abb. 24). Morpheus Gesicht wird in Großaufnahme dargestellt, während dem sich in seinen beiden gespiegelten Sonnenbrillengläsern seine Hände mit den Pillen und Neo widerspiegeln. In zwei Einstellungen dringt die Kamera immer weiter in die Brillengläser vor, bis sie schließlich durch sie hindurch fährt.



Abb. 24: Cut-In Montage (Teaser, 00:00:35; 00:00:36)

Die finale Szene zeigt Neo zuerst in einer Halbnah-Einstellung, wie er sich breitbeinig positioniert und seine zwei Maschinenpistolen zückt. In den folgenden Großaufnahmen schießt er, und die Schüsse scheinen wie ein Echo, in dem Wechsel mit dem Monitorabbild, zu widerhallen (Abb. 25). Die Sequenz der gestaffelten Großaufnahmen zeigt im Gegensatz zum Trailer nicht den Bullet-Time-Effekt.



Abb. 25: Letzte Einstellungen vor der Titeleinblendung (Teaser, 00:00:46; 00:00:46; 00:00:47)

Er scheint auf die Darstellungskonventionen der Westernduelle anzuspielen, und steigert mit der Verweigerung der Gegenschussaufnahme und der mit ihr einhergehenden Identifizierung des Gegners den Effekt des „teasing“, wie es auch der *Cliffhanger* verlangt. Stattdessen bekommt der Zuschauer lediglich die Abbilder auf dem Monitor als Echo der Schüsse präsentiert. Er ist den Schüssen ausgeliefert, wird selbst zum Duell, zur Aktion herausgefordert. Die direkte Adressierung des Zuschauers führt dazu, das Filmbild in den Köpfen des Publikums zu verankern. Der Wiedererkennungswert wird gerade zu in die Wahrnehmung eingetrichtert.

Während das Monitorbild im Logo-Vorspann des Trailers als Verfremdungsfaktor auftritt und nur einmal kurz im nachfolgenden Trailer in veränderter Form aufscheint, bestimmt es den Teaser als grundlegendes Gestaltungsprinzip. Es nimmt eine Schwellenfunktion ein und leitet ähnlich einer ausgefeilten Trickblende zur nächsten Einstellung über. Rückblickend auf die eingangs beschriebene Funktion des Teasers als Mittler eines *Key Art*-Symbols für den bald erscheinenden Film kann der Bildschirm repräsentativ eintreten. Er deutet den Hacker-Diskurs des Filmes an und bekräftigt die Verortung der Handlung als, im Wesentlichen durch Monitore bestimmt. Durch seine Störsignale und die allmächtige Kraft, unterschiedliche Szenen zu zeigen, suggeriert er ebenfalls bereits das Gefühl des Überwachungsstaats. So kann der Rahmen des Bildschirms, der in seiner Zeichenhaftigkeit diesen designiert, auch als paratextuellen Rahmen und Rezeptionslenker des Filmes angesehen werden.

Nur wenige Einstellungen, die im Teaser Verwendung finden, kommen später nicht im Trailer vor (eine Ausnahme ist zum Beispiel die Aufnahme der Pillenwahl). Generell sind die Einstellungen im Teaser stark verkürzt und die große Mehrheit beinhaltet Nahaufnahmen. Durch die Nähe der Protagonisten auf der Leinwand wird auf diese

Weise, trotz der nur kurzen Abspieldauer ein Gefühl von Intimität geschaffen, und die Empathie des Publikums mit den Hauptdarstellern angeregt.

3.2 Die TV-Spots

Die TV-Spots werden erst wenige Wochen vor dem Kinostart des Films gesendet.¹⁶⁸ Sie entstehen in kurzer Zeit in einer fließbandähnlichen Produktion nach schematisch angewandten Regeln.¹⁶⁹ Wie die Trailer, werden sie entweder von den Studios selbst oder von spezialisierten Firmen hergestellt. Die Annahme, ob die Gestaltungsmittel, die in den Trailern angewendet werden, mit denjenigen im TV-Spot übereinstimmen, und der TV-Spot lediglich „als Derivat des Kinotrailers“ produziert wird, soll in diesem Kapitel hinterfragt werden.¹⁷⁰ Eine prägnante Veränderung im Medienvergleich zeichnet sich in dem gesprochenen Kommentar ab.¹⁷¹ Der Sprecherstimme kommt besonders im TV-Spot viel Bedeutung zu. So werden im Trailer die Anweisungen an das Publikum als Schrifftafeln eingeblendet, während sie im TV-Spot in der Regel durch eine Sprecherstimme rezitiert werden. Das Primat liegt in der Generierung von Aufmerksamkeit, da sie im Kinosaal bereits durch die Vorführsituation gegeben ist, aber vor dem Fernsehen erst in Konkurrenz mit der Ablenkung durch häusliche Aktivitäten und dem alternativen Programm-Flow, erst errungen werden muss. Die Visualität der Bilder tritt auf der Leinwand in ihrer ganzen Aussagekraft zu Tage, sie genügt sich selbst. Auf der kleinen Fläche des Fernsehens jedoch vermögen die Bilder schwer etwas von ihrem Ausdruckswert zu vermitteln. Außerdem werden die Spots als Teil des Programmflows des Fernsehens zielgruppenorientiert zu, im Vorfeld bestimmten Sendezeiten, gezeigt.¹⁷² Unterschiedliche Gestaltungsprinzipien und Szenenauswahl werden den Zielgruppen angepasst. In gemeinsamer Absprache mit dem Produzenten und eventuell dem Regisseur, werden die Schlüsselszenen für die

¹⁶⁸ Vgl. Vinzenz Hediger, „Der Film fängt mit der Werbung an: Zur Dramaturgie der Filmvermarktung am Beispiel von Terminator 2“, in: *academia.edu*, URL: http://www.academia.edu/9707031/Der_Film_f%C3%A4ngt_mit_der_Werbung_an_Zur_Dramaturgie_der_Filmvermarktung_am_Beispiel_von_Terminator_2 (16.01.2015).

¹⁶⁹ Vgl. Griffin, „Maßgeschneiderte Vorfreude. TV-Spots für Kinofilme“, S. 331.

¹⁷⁰ Hediger, „Reiz, Qualität und Ausdruck“, S. 159.

¹⁷¹ Ebd.

¹⁷² Vgl. Griffin, „Maßgeschneiderte Vorfreude“, S. 326.

Werbung diskutiert. Inwiefern tritt die unterschiedliche Anforderung an den TV-Spot in dem *The Matrix*-Beispiel zu Tage?

Dem Bonusmaterial auf der Spezial-DVD-Edition von 2004 zufolge wurden acht TV-Spots produziert, die unterschiedliche Szenenzusammenstellungen aufzeigen. Ihre Schwerpunkte werden bereits durch die Titelgebung verdeutlicht: *Manson*, *Reality*, *Forget Everything*, *Mystery*, *Buckle Up*, *The Answer*, *Kung Fu*, *Whoa*.¹⁷³ Mit Ausnahme von *Buckle Up* und *Whoa*, welche nur 17 Sekunden dauern, verfügen alle anderen TV-Spots über die genormte Länge von 32 Sekunden.

Wie werden die Paratextelemente – der Vor- und Abspann, die Schrifteinblendungen – in den TV-Spots umgesetzt? Gibt es weitere Paratexte, die hinzukommen?

Alle TV-Spots beginnen wie der Teaser in medias res mit dem verfremdeten Logo-Vorspann. Das Monitorbild, das bereits in dem Vorspann von Trailer und Teaser als Einzelbild, Anwendung fand, wurde jedoch in den Werbefilmen fürs Fernsehen (im Logo-Vorspann als auch in der Montage an sich) ausgeklammert. Der Grund für die Kürzung könnte an der auf 32 Sekunden begrenzten Dauer liegen. Es scheint nur gelegentlich als kurze Einblendung in der Montage auf. Der im Teaser gebräuchliche spielerische Umgang mit dem Motiv wurde in den TV-Spots ebenfalls nicht weiter verfolgt.¹⁷⁴ Die beiden kürzesten Spots, *Buckle Up* und *Whoa*, beinhalten bis auf den Logo-Vorspann, die Titeleinblendung und die Webseiteneinblendung keine weiteren Schrifttafeln. *Manson*, *Forget Everything*, *Mystery*, *The Answer*, *Kung Fu*, beinhalten alle, an unterschiedlichen Platzierungen, die Einblendungen der Schauspielernamen. Nur *Reality* erwähnt Keanu Reeves und Laurence Fishburne weder schriftlich noch mündlich. *The Answer* ist der Spot, der am meisten Schrifteinblendungen zeigt, zusätzlich zu den Schauspielernamen scheinen auf eigenen Tafeln die gleichen drei Anweisungen als im Trailer auf („FORGET EVERYTHING YOU’VE SEEN“, „FORGET EVERYTHING YOU KNOW“, „THE MATRIX HAS YOU“). Die in weißer Farbe gestaltete Schrifttypografie hebt sich deutlich vor dem dunklen, von Rauchschwaden überzogenen, Hintergrund ab. Ihre Größe lässt Sie gut leserlich auf dem Fernsehbildschirm aufscheinen.

¹⁷³ Vgl. Bonus DVD 10 *Die Archive Zions*, der *The Ultimate Matrix Collection Limited Edition*, DVD [10-Disc Special Edition], Warner Home Video 2004.

¹⁷⁴ Nur in *Whoa*, *Reality* und *Manson* kommt das Monitorbild in der schnellen Montage zu Beginn vor. Hierbei ist die Einblendung so kurz und ohne Verdoppelung, dass sie die Emphase, die ihr im Teaser und Trailer zukommt verliert.

Eine bisher neue Form des gesprochenen Paratextes manifestiert sich in dem extradiegetischen Kommentar aus dem Off. Die Sprecherstimme, die in keiner Relation zum Film steht, kommentiert die Erwartungshaltung und rezitiert, im Fall von *Buckle Up* und *Forget Everything*, die gleichen Phrasen der letztgenannten Schrifttafeln in den TV-Spots. Zudem nutzt *Buckle Up*, *Forget Everything* und *Reality* eine seit den 1920er Jahren bekannte Exklamation im Werbefilm, die die den „ereignishaften Charakter des Filmes“ betont: „Now (– the matrix has you)“.¹⁷⁵ Neben dem gesprochenen Paratext des unbekannten Sprechers tritt die Kommentarzeile Morpheus, welche aus dem Off über die Titeleinblendung gelegt wird, und nicht mit dem filmischen Charakter identifiziert wird: „No one can be told what the matrix is, you have to see it for yourself...“.¹⁷⁶ Der Text wird zum Werbeslogan. Falls die Erwähnung der „Matrix“ nicht parallel zur Titeleinblendung geschieht, wird der Titel von der Sprecherstimme aus dem Off vorgelesen. In vier TV-Spots (*Reality*, *Forget Everything*, *Buckle Up*, *The Answer*) kommt eine weitere, sloganhafte Rede vor. In Referenz auf das bekannte Märchen *The Wonderful Wizard of Oz* des amerikanischen Autors Lyman Frank Baum, äußert sich Cypher „buckle up, Dorothy, ‘cause Kansas is going bye-bye“. Diese Anweisung kann ebenfalls als direkte Adressierung an das Publikum geltend gemacht werden, und verspricht den Zuschauer in eine neue Welt zu entführen.¹⁷⁷

Das weiße Einzelbild scheint ebenfalls regelmäßig in der Montage der Fernsehspots auf. Es folgt den gleichen, für den Trailer bereits festgestellten Prinzipien. Nur zwei Werbespots verzichten auf den einleitenden Gebrauch des weißen Blitzeffekts und der akustischen Intonation im Logo-Vorspann: *The Answer* und *Reality*. Beide beginnen mit einer einleitenden Rede, in *The Answer* durch Trinity („The Answer is up there Neo...“) und in *Reality* durch Mr. Smith („Human beings are a disease...“). Ihr Rhythmus ist sogleich langsamer. Anstelle der immediaten Konfrontation mit einer reizüberflutenden Montage setzen diese Spots auf die intime Nähe als Ausgangspunkt.

Auffallend ist, dass die ausgewählten Einstellungen ständig in einer neuen Chronologie aufscheinen um immer wieder aufs Neue zu überraschen und das Fernsehpublikum auf diese Art und Weise zu unterhalten. Wenn auch das Monitorbild

¹⁷⁵ Hediger, „Korpus: Beschreibung, Analyse und Auswertung“, S. 47.

¹⁷⁶ Mit Ausnahmen von *Kung Fu* und *Buckle Up*, ist der Kommentar immer entweder parallel zu Titeleinblendung oder letzten Szene unterlegt.

¹⁷⁷ Diese Zeile kommt ebenfalls im Trailer vor, geht jedoch in der deutschen Überstzung verloren.

in den TV-Spots zurücktritt, bleibt die selbstreflexive Referenz auf das Abschalten des Monitors in vier Spots (*Manon, Forget Everything, Mystery, Whoa*) erhalten. Während im Kino dieser Effekt, eine Verfremdung des Vorführmediums herbeiführt, ist seine Anwendung im Fernsehen gleich der einer implizierten Bildstörung. Durch seine Anwendung werden die Erwartungen des Publikums gefördert, da es einem direkten Eingriff auf das mediale Gerät vor ihnen gleichkommt.

3.3 Die Korrelation zwischen Trailer und Film

„Der Film muss Szenen enthalten die im Trailer gut ausschauen“.¹⁷⁸

Kann es folglich auch vorkommen, dass der Trailer Szenen enthält, die im Film gar nicht vorkommen, und das Publikum auf diese Art getäuscht wird? In welcher Beziehung steht der Trailer zum Film? In der Montage der Einstellungen im Trailer wird oftmals die ursprüngliche Beziehung der Einstellungen im Film verzerrt. In einer neuen Anordnung, erhalten sie einen neuen Bedeutungszusammenhang.¹⁷⁹ Einige ausgewählte Beispiele sollen die Verschiebungen im Verhältnis zwischen Paratext, dem Trailer und dem ‚Haupttext‘ Film illustrieren.

Der Logo-Vorspann

Der Logo-Vorspann des Trailers kann auch als ein Zitat des Paratext-Gefüges „Logo-Vorspann“ des Langfilmes untersucht werden.¹⁸⁰ In dem *The Matrix*-Vergleich fallen zwei komplett unterschiedliche Adaptionen auf.

The Matrix beginnt mit einer Aufblende aus Schwarz. Durch einen grünen Farbfilter werden in einer Großaufnahme einzelne Baracken sichtbar, die im Nachhinein als die Warner Bros. Pictures Produktionsstudios in Burbank, Kalifornien, identifiziert werden können.¹⁸¹ Das Bild ist bewegt und wird zunehmend verzerrt. Es ist unklar, ob das sichtbare Bild der Studios durch eine Spiegelung herbei geführt wird.

¹⁷⁸ Hediger, *Verführung zum Film*, S. 288.

¹⁷⁹ Vgl. ebd., S. 26.

¹⁸⁰ Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 25.

¹⁸¹ Vgl. die Beschreibung der Logos durch Jason Jones und Matt Williams, in: *Closing Logo Group Wiki*, URL: <http://www.closinglogos.com/page/Warner+Bros.+Pictures?t=anon> (04.01.2015).

Durch den weiteren Abstand der Kamera, ausgelöst durch eine Rückwärtsfahrt, wird zunehmend erkenntlich, dass die Bewegung durch die Mobilität, des dreidimensional im Raum schwebenden, Logo-Emblems „WB“ ausgelöst wird. In einer komplexen rotierenden Bewegung schwebt das Logo in den Hintergrund, um in einer totalen Bildeinstellung, vor grau bedecktem Himmel, zu stagnieren. Die vollzogene Bewegung und die mit ihr einhergehende Horizontalität des Logos ist nahezu eine Verherrlichung des Cinemascope-Formats. Obwohl die Position auf die klassische Komposition des Logos verweist, wird es durch seine Farbgebung bereits in die filmische Diegese mit eingebunden. Ebenfalls der wolkige Hintergrund scheint von einem horizontalen Flimmern durchzogen, das auf einen Kathodenstrahlröhrenbildschirm verweist.



Abb. 26: WB Logo in *The Matrix* (*The Matrix*, 00:00:03; 00:00:07; 00:00:12)

Das gleiche Prinzip wird bei dem zweiten Logo der Village Roadshow Pictures umgesetzt. Die einzelnen V-Formen des Logos scheinen sich vor einem Gegenlicht in die Vertikale zu klappen. Die Farbgebung ist analog zu dem Warner Bros. Pictures Logo ebenfalls in einem Grün mit einem reflektierenden Schimmer gehalten. Nachdem der Strahl des Gegenlichts vom Logo verdeckt wird, erscheint der Hintergrund als uniforme schwarze Fläche. Im Logo selbst wird auch hier wiederum ein Flimmern und die Rasterstruktur eines Kathodenstrahlröhrenbildschirmes sichtbar. Auf der akustischen Ebene wird das Warner Bros. Pictures Logo von einer grellen, extra-diegetischen, fanfarenähnlichen elektronischen Musik begleitet, die den gleichen Satz viermal wiederholt und mit dem Übergang zum Village Roadshow Pictures Logo langsam ausklingt. Zusätzlich scheinen die Logos, motiviert durch ihre Mobilität, ein digitales Zirpen von sich zu geben.

Bereits seit 1998 wird von Warner Bros. Pictures die digital animierte Logo-Konfiguration (in der klassischen blau-gelb-orangen Farbgebung) benutzt.¹⁸² Es

¹⁸² Ebd.

repräsentiert in seiner spektakulären Mobilität und Raumkonstruktion den Einzug des *computer generated image* (CGI). Die raumillutorische virtuelle Kamerafahrt hebt Böhnke als bewusst eingesetzte Strategie hervor, die das Ziel verfolgt den Zuschauer in die räumlichen Möglichkeiten des Filmmediums und der folgenden Narration einzuführen.¹⁸³ Gleich der Drehung des Logos in die Tiefe des Bildraumes, folgt der Zuschauer in die filmische Handlung.

Wie kann nun rückblickend der, im räumlichen Vergleich, flach gestaltete Logo-Vorspann im Trailer bewertet werden? Der Gestaltungsunterschied lässt sich durch die unterschiedlichen Rezeptionsvoraussetzungen erklären. Während das Publikum des Spielfilmes bereits weiß in welche Genre-Richtung die filmische Handlung führt, ist das Publikum des Trailers noch ahnungslos. Der Trailer hat als Paratext zum Film eine vermittelnde Funktion, und soll die potenziellen Zuschauer anwerben, und Genre-Gegner abweisen.¹⁸⁴ Der Verfremdungseffekt der „Originalfassung“ des Logos und die fortführenden Störsignale führen den Zuschauer in das ambivalente Realitätsverständnis der Matrix ein. Von Beginn an wird, durch die Gestaltungseffekte, der doppelbödige Schein der Realität offenbart.¹⁸⁵ Während der Logo-Vorspann im Film über eine deutlich längere Zeit verfügt, um die Einführung in die Filmdiegese herzuleiten, muss der Logo-Vorspann im Trailer die gleiche Aufgabe in weit kürzerer Zeit erbringen.¹⁸⁶ Anstatt den filmischen Logo-Vorspann zu zitieren, indem ein Teil übernommen wird, wird der filmische Peritext hier in Bezug auf die unterschiedliche Rezeptionssituation und auf die Schnittgeschwindigkeit des Trailermediums angepasst. Solcherlei Logo-Variationen wurden bereits (im Besonderen von Warner Bros. Pictures) in Trailer als auch im Film vor 1999 eingesetzt.¹⁸⁷ Das Logo-Spiel scheint jedoch vermehrt im Trailer Einsatz zu finden. Hieraus ergibt sich die These, dass besonders kreative Lösungen in der Logo-Film-Beziehung sich vor allem in den

¹⁸³ Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 237.

¹⁸⁴ Hediger, *Verführung zum Film*, S. 27, 58.

¹⁸⁵ Dieser Gedanke ist regelrecht als ‚Teaser‘ zum 3. Kapitel der vorliegenden Arbeit zu verstehen, indem aufgezeigt wird, wie der Teaser selbst den formalen Grundstein gelegt hat.

¹⁸⁶ Der Logo-Vorspann von *The Matrix* dauert 27 Sekunden, während der Logo-Vorspann im gleichnamigen Trailer gerade mal 4 Sekunden dauert.

¹⁸⁷ Vgl. die exemplarische Darstellung einer Auswahl von Logo-Spielen mit dem WB-Logo in: *Closing Logo Group Wiki* (03.10.2014), URL : <http://www.closinglogos.com/page/Logo+Variations++Trailers++Warner+Bros.+Pictures> (04.01.2015).

Trailern zeigen. Die wiederholte Einfügung eines aus dem Film entnommenen Fotogramms kann als eine Besonderheit von *The Matrix* gelten.¹⁸⁸

Das Monitorbild

In welchem Kontext scheint das im Logo-Vorspann des Trailers eingeblendete Monitorbild im Film auf? Kann es als Schlüsselbild für den Film bezeichnet werden?

Die Einstellung kommt tatsächlich im Film vor: Es ist der Verhörraum, in dem Neo festgehalten wird, und wo ihm Mr. Smith anbietet, mit ihnen zu kooperieren. In dieser Szene kriegt Neo auch die Wanze implantiert. Wer die Monitoranordnung betrachtet, erfahren wir als Zuschauer erst in dem Fortsetzungsfilm *The Matrix Reloaded*. Es spiegelt die Monitoranordnung im Zimmer des Architekten der Matrix wieder.¹⁸⁹ Die Vorausschau des Trailers, auf die Einbettung des Filmes in eine Trilogie, mag umso mehr sein paratextuelles Funktionsprinzip verdeutlichen, als „ein futurum exactum, das den kommenden Film aus dem vorgezogenen Rückblick dessen zeigt, der sich genussvoll erinnert. Der Trailer lässt den Film demnach nicht nur beginnen, bevor er anfängt, er bringt ihn auch schon zu Ende, bevor er beginnt“.¹⁹⁰



Abb. 27: Monitorbild im Film (*The Matrix*, 00:17:09; 00:17:19; 00:17:20)

Im Film fährt die Kamera auf das Monitorbild zu, bis sie schließlich, durch die Pixelstruktur hindurch, auf der anderen Seite aus der angedeuteten

¹⁸⁸ Mir sind bisher keine anderen Beispiele bekannt, bei dem ein Filmzitat in der Gestalt vorkommt.

¹⁸⁹ Die Fortsetzungen waren von den Wachowskis von Beginn an geplant. Ob diese Einblendung bereits ein Verweis auf den Fortsetzungsfilm ist, sei dahingestellt.

¹⁹⁰ Hediger, Vinzenz, „Now in a world where. Trailer, Vorspann und das Ereignis des Films“, in: Alexander Böhnke (Hg.), *Das Buch zum Vorspann – „The title is a shot“*, Berlin: Vorwerk 8 2006, S. 102-122, hier S. 122.

Überwachungskamera in den Raum fährt (Abb. 28).¹⁹¹ Sie wiederholt ein Prinzip der Kameraführung, das an mehreren Stellen im Film zur Geltung kommt. Obwohl das Monitorbild nur an diesem Zeitpunkt im ersten Film der Trilogie vorkommt, hebt es der Trailer durch die Platzierung im Logo-Vorspann als ein Schlüsselbild hervor. Es ist geradezu ein Schlüsselloch, durch das auf die Matrix geschaut wird, ohne dass gelöst wird wer diese Position einnimmt. Es liegt nahe diese Position auf den Zuschauer zu überschreiben, der ebenfalls vor einem *screen* sitzt und in die filmische Handlung eingeführt wird.

Der Umgang mit dem schriftlichen Paratext ist im Film gänzlich ein anderer als im Trailer. Im Trailer sind die Schrifteinblendungen über einen undefinierten Hintergrund eingeschrieben. Seine dunstige, vernebelte Fläche wiederholt sich vom Logo-Vorspann, über die Schauspielernamen bis zur Titeleinblendung im Abspann.

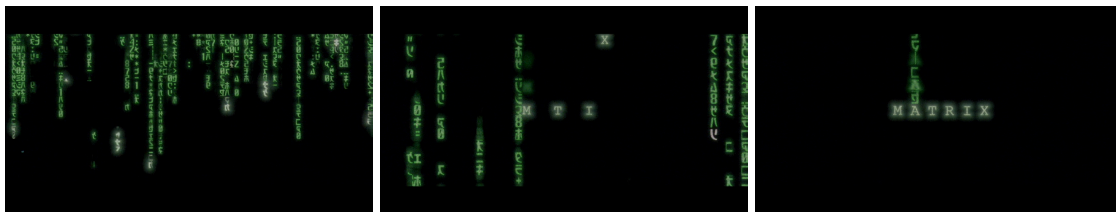


Abb. 28: Schrifttitel in der Eingangssequenz von (*The Matrix*, 00:00:32; 00:00:38; 00:00:49)

Im Film hingegen, wird die Schrift immer über einer passierbaren Fläche angezeigt. Sie besteht in einem dreidimensionalen Raum, und wird durch die Kamerafahrten modelliert. Die bereits im Logo-Vorspann angekündigte Veränderung des Raumkonzeptes spiegelt sich ebenfalls in dem *Key Art*-Signet in Form der Titeleinblendung „THE MATRIX“ wieder, die aus dem grünen, fallenden Code generiert wird. Bevor der Kamerazoom vollständig durch die Schrift geht, verschwinden die Schriftzeichen und ein Befehl wird am Monitor ausgeführt. Der Zoom durch den Bildschirm setzt sich am Ende dieser Einstellung sogleich weiter fort.

Die Veränderung der Titelgrafik scheint unüblich, da der Trailer eigentlich als einer ihrer wichtigsten Vermittler gilt. Sein Wiedererkennungswert wird durch eine identische

¹⁹¹ Bereits im Drehbuch ist dieser Übergang schriftlich festgehalten: „INT. INTERROGATION ROOM 20. CLOSE ON a camera monitor; a wide angle view of a white room where Neo is sitting at a table alone. We MOVE INTO the monitor, entering the room as if the monitor was a window“. Wachowski, Andy/ Wachowski, Larry, *The Matrix. Numbered Shooting Script*, 29. März 1998, in: *dailyscript.com* (16.04.2009), URL: http://www.dailyscript.com/scripts/the_matrix.pdf (10.12.2014), S. 20.

Ausführung unterstrichen. Zwar basieren beide Titeleinblendungen auf einem sich wechselnden Schriftbild, jedoch sind die Typografie und die Bewegung der einzelnen Schriftzeichen unterschiedlich. Die Grafik der begleitenden Poster nimmt diejenige des Trailers auf. Der fallende Matrix-Code befindet sich hier lediglich farblich angepasst im Hintergrund. Erst die Werbegrafik der Fortsetzungsfilme hebt den grünen Code als Kennsignet hervor.¹⁹² Wenn bereits im Trailer die Schrift weniger „wie ein Schatten“ auf das Bild fällt, ist sie dieser Gefahr im Film weit davon entfernt.¹⁹³ Das Paradox der Raumillusion wird im Trailer nicht durch den angedeuteten vernebelten Raum hinter der Titelschrift wett gemacht. Von der scheinbaren Flächigkeit des Monitors ausgehend, hingegen, ergründet sich eine Tiefe, die zu einer neuen Begegnung mit der Technik einlädt. Die grafische Titelgestaltung hat sich zwischen der ersten Werbemittelgestaltung und der Finalisierung des Filmes weiterentwickelt und ist noch stärker mit den Anreizen der filmischen Diegese verbunden. War sie im Trailer zuerst formal in die Montage integriert, ist sie es im Film verstärkt auf der inhaltlichen Ebene.

Die Weißkader

In dem medialen Vergleich des Films mit dem Trailer fällt auf, dass die weißen Kader in der filmischen Handlung quasi inexistent sind. Während sie im Trailer scheinbar an jede Explosion, an jeden Schusswechsel und an jeden „Wow“-Effekt angehängt wurden, scheint der Film diesen zusätzlichen Sinnesreiz nicht zu benötigen. Die Versilberung von Neos Hand kommt gänzlich ohne den Effekt einer weißen Blende aus (*The Matrix*, 00:32:21). Im Trailer wird das weiße Einzelbild an den Moment der Drehung der Hand hinzugefügt. Der verblendende Effekt kann sowohl mit der spiegelnden Oberfläche assoziiert werden, als auch den Schock und die Ungewissheit der Auswirkungen dessen was passiert, im wahrsten Sinne des Wortes, reflektieren. Der einschlagende Blitz in der atmosphärischen Aufnahme des Gewitters benötigt im Film ebenfalls keinen zusätzlichen reinen weißen Kader (*The Matrix*, 00:25:41). Wie ist dieses Ausbleiben des weißen Einzelbildes im Film zu erklären? Sein starker

¹⁹² Vgl. Anne-Marie Van de Ven, „‘The Matrix’ film poster“, *Powerhouse Museum* (01.2013), URL: <http://www.powerhousemuseum.com/collection/database/?irn=422513> (04.01.2015).

¹⁹³ Joachim Paech, „Der Schatten der Schrift auf dem Bild. Vom filmischen zum elektronischen ‚Schreiben mit Licht‘ oder ‚L’image menacée par l’écriture et sauvée par l’image même‘“, in: Michael Wetzels/Hertha Wolf, *Der Entzug der Bilder. Visuelle Realitäten*, München: Fink 1994, S. 213-233, hier S. 224, zit. n. Böhnke, *Paratexte des Films*, S. 22.

Gebrauch in der Montage des Trailers beweist, dass in ihm ein spezifisches Potenzial angesehen wird. Der wahrnehmungspsychologische Effekt der Verblendung, aber auch der Erkenntnis, wird durch ihn suggeriert. In der filmischen Montage hingegen gilt die Regel der logischen Verkettung der einzelnen Einstellungen. Hier werden andere Mittel der Hervorhebung verwendet, wie zum Beispiel kontrastierende bis verkantete Kamerapositionen und eine schnelle Schnittfrequenz. Im Trailer hingegen ist die übermittelte Reizdichte durch die konstant verstärkte Schnittfrequenz bereits stark ausgeprägt. Hier dienen die weißen Filmbilder dazu die Kollisionspunkte visuell hervortreten zu lassen.

Im Film wird die Weißblende nur nach ihrem konventionalisierten Schema in einer länger andauernden Form eingesetzt. Als weiße Aufblende findet sie in einer subjektiven Kameraeinstellung eine Verwendung. Sie verdeutlicht die Verblendung und das neue aufgeklärte Bewusstsein als Neo zum ersten Mal seine Augen in der Realität öffnet (*The Matrix*, 00:36:00). Die Projektionsleinwand wird im Film aber auf einer ganz anderen Ebene erleuchtet, in den Szenen, die sich im Simulationsprogramm abspielen. Hier symbolisiert der weiße undefinierte Raum, die Programmierbarkeit der Welt, die lediglich eine programmierte Projektion darstellt. Die großflächig angelegte Szene, erstrahlt und verblendet das Publikum, so wie es der Trailer mit seinen kurzen Blitzeffekten nur andeutet.

Die Chronologie der Einstellungen

Inwiefern spiegelt die Trailermontage die Chronologie des Filmes wieder? Der Trailer repräsentiert nicht die gleiche Chronologie der Einstellungen wie der Film. Wie im ersten Kapitel erläutert wurde, wird der Trailer von einer spezialisierten Produktionsfirma zusammengeschnitten. Die Handlung darf nicht einfach nur gekürzt reproduziert werden, sondern der Trailer hat vielmehr die Aufgabe „zu täuschen“ und „besser [zu sein] als der Film“.¹⁹⁴

So ist, zum Beispiel, bereits in der ersten Szene die Chronologie innerhalb einer gleichen Sequenz vertauscht. Die parallele Kamerafahrt auf einer horizontalen Linie findet im Film erst nach Trinitys Absprung über die Straße statt. Es findet hier ebenfalls eine graduelle Vergrößerung der Einstellungsgröße statt, jedoch sind die

¹⁹⁴ Hediger, *Verführung zum Film*, S. 228.

Schwarzblenden dazwischen kürzer. Im Film ist die Verfolgungsjagd zuerst gekennzeichnet durch einen sprunghaften Wechsel der Perspektiven. Einmal scheint die Kamera mit der Vorwärtsbewegung der Figuren zu kollidieren, ein anderes Mal kontrastiert sie Aufsicht und Untersicht hintereinander. Die Parallelfahrt, die im Film kurz vor dem Absprung vorkommt, führt über Dachkanten, die Kamera folgt der Auf- und-ab-Bewegung der geneigten Dachflächen. Im Trailer wäre die Bewegung in der Kürze schwer verständlich gewesen. Die erste Einstellung hat hier vor allem die Funktion geradewegs zur Handlung hinzuführen und Spannung zu erzeugen, ohne dabei Desorientierung zu provozieren. Der Schnitt leitet durch die Schwarz- und Weißblenden in einen packenden Rhythmus, und bereitet so beim Publikum die Aufnahmebereitschaft für die kommenden Informationen vor.

„Darüber hinaus signalisieren sie [Die Filmausschnitte in Trailer] die Möglichkeit einer Wiederholung in einem anderen Kontext, und sie denotieren damit auch diesen Kontext. Ihre Wiederholung wird keine identische sein, sondern eine Wiederholung mit Variation, ist doch der Kontext der Wiederholung – die Formgestalt des Films – von demjenigen des Zeigens – der Formgestalt des Trailers – erheblich verschieden.“¹⁹⁵

Die im Trailer anschließende Szene an Trinitys Sprung zeigt Neos erstauntes „Whoa“. Der Kontext der Reaktion auf einen spektakulären Stunt ist hiermit der gleiche geblieben.

Formale Veränderungen

Ein weiteres Mittel der Verdichtung der visuellen Information im Trailer ist der abrupt eingeführte Kamerazoom. So wird er in den Schrifteinblendungen verwendet, und ebenfalls auf Szenen, auf die im Film nicht eingezoomt wird. So ist die soeben beschriebene Einstellung, in der Neo, nach Morpheus' Sprung von Hochhaus zu Hochhaus, erstaunt „Whoa“ vermerkt, im Film zwar mit der gleichen Exklamation versehen, ohne, dass dies jedoch visuell durch den Zoom verdoppelt wird (*The Matrix*, 00:54:09).

Die für den Trailer ausgesuchten Filmszenen beeindrucken vor allem durch ihre visuellen Effekte und eindrucksvollen Kampfeinlagen. Mittels der oben aufgeführten Montagestrategie wird ihr Effekt verdoppelt. Ihr Effekt kann ebenfalls durch das

¹⁹⁵ Hediger, *Verführung zum Film*, S. 26.

Retuschieren des Filmbildes erfolgen. Durch die Veränderung der Kontraste wird dem Filmbild im Trailer einen abstrakten Wert zugestanden.¹⁹⁶ Dieser Effekt wird zum Beispiel in der Explosionsszene deutlich (Abb. 29). Während ihre Wucht im Film durch ein hinweg geschleudertes Element unterstrichen wird, ist dieses im Trailer ausgeblendet (respektive noch nicht hinzugefügt worden). Durch die Verdunkelung gerät die architektonische Umgebung in den Hintergrund und die abstrakte Formation und die Eleganz der Auswölbung der Explosion wird bestärkt.

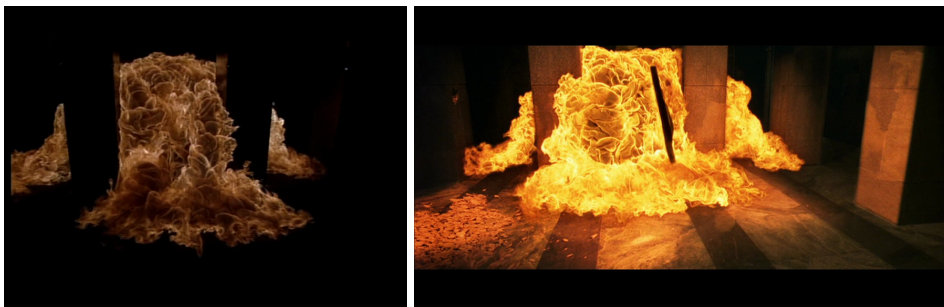


Abb. 29: Explosionsszene (Trailer, 00:01:47; *The Matrix*, 01:42:28)

Die Gegenüberstellung der beiden Standbilder verdeutlicht ein weiteres formales Charakteristikum des Trailer-Film Verhältnisses. Die Übersetzung der Filmszenen auf den Trailer bringen ebenfalls eine Formatänderung mit sich. Das Cinemascope-Format (2,35:1) muss mittels eines *Pan & Scan*-Verfahrens auf ein kleineres Format verkleinert werden. So werden die Trailer im Kino in der Regel im Breitwand-Format (1,85:1) gezeigt, das als Standard für die Kinowerbung gilt (in Bezug auf die 35mm-Filmvorführung).

Die bereits mehrmals angemerkten medialen Referenzen von Kinoprojektion zu dem digital generierten Bild erfahren im Film selbst einen interessanten Verweis. So nutzt Morpheus in dem Simulationsprogramm das Design eines alten Fernsehers um Neo bewegte Bilder der Wirklichkeit zu zeigen. Das altmodische Fernsehdesign steht im diametralen Gegensatz zu der Zukunftsszenerie des 22. Jahrhunderts, in der die filmische Handlung angesiedelt ist. Das übertragene Bild ist zuerst deutlich durch seine Rasterstruktur und Bildstörungen erkenntlich, bis sich die Kamera in einem Zoom

¹⁹⁶ Bereits im Kapitel zur Montage habe ich auf die abstrahierende Verwendung der Filmbilder hingewiesen. Zu dieser Strategie kann auch die, die Zwischentitel, begleitende Lichtblende gezählt werden.

durch den Bildschirm hindurch bewegt und genau das vollzieht, was der am unteren linken Monitorrand abgebildete Produktname „Deep Image“ verspricht.



Abb. 30: Deep Image Radiola Television im Simulationsprogramm (*The Matrix*, 00:44:02)

Gleichermaßen wird der Trailer als Simulation des Filmes, durch die medialen Referenzen, in seine Schranken verwiesen, und macht deutlich, dass er nur eine ‚Vorführung‘ ist. Der mikrostrukturelle Zoom dieser Arbeit ist hiermit an ihrem Ende angelangt.

Abspann

Der Sprung von der Makro- bis zur Mikrostruktur des *The Matrix*-Trailers und wieder zurück, zwischen den verschiedenen Paratexten und dem zugrunde liegenden ‚Haupttext‘, ist geschafft. Welche Erkenntnisse hat der Perspektivenwechsel hervorgebracht?

Die wahrnehmungslenkende Wirkung der peritextuellen Strukturen im Trailer ist durch die Analyse deutlich hervorgetreten. Die Dramaturgie des Trailers beginnt nicht mit den ersten Einstellungen aus dem Film, sondern bereits in der präzise kalkulierten Inszenierung des Logo-Vorspanns. Zuerst wurde eine Analyse der offensichtlichen Paratexte in ihrer schriftlichen, respektive schriftbildlichen, Form vorgenommen. Die grenzüberschreitende Einbindung der Paratexte in die Filmmontage hat ihre rezeptionslenkenden Funktionsprinzipien offen gelegt. Danach wurde der Fokus auf die weniger offensichtlichen Paratexte gelegt, die sich innerhalb der Montage unscheinbar verstecken. In dieser Hinsicht erscheint das, als Einzelbild eingeblendete, Monitorbild wie ein paratextuelles Augenzwinkern, sowohl des Trailers auf den Film, als auch des Mediums auf den Zuschauer. Der Einzelbildeffekt fordert die visuelle Unfähigkeit des Publikums heraus. Der Weißkader scheint diese Provokation als strategisches Muster über die ganze Struktur des Trailers weiter zu weben, um nach stroboskopartigem Muster Aufmerksamkeit zu generieren und den illusorischen Bewegungsfluss zu unterbrechen.

In der Analyse des Teasers fällt auf, dass hier die gleiche Strategie in abgewandelter Form stattfindet. Die Funktion des Teasers als „Vorzeigen“ wird durch den kontinuierlichen Zoom in die Struktur des Monitorbildschirmes offen dargelegt. Von Beginn an werden dem Publikum nur kleine Einblicke gewährt und die Neugierde auf Vollständigkeit aufgebaut. Diese Strategie spiegelt sich nicht zuletzt bis heute in der scheinbar unendlichen Darlegung der verschiedenen Ebenen der Handlung wieder.

Das Leitmotiv des symbolischen Abschaltens der Bildfläche zeugt von einem Spiel mit den Machtstrukturen der Vorführung.

Die durch den Logo-Vorspann des Trailers eingeleitete Reflexion über die Medienästhetik der Kinovorführung, über die Digitaleffekte bis hin zu der Bildschirmästhetik, hat sich im folgenden Verlauf wie einen roten Faden durch alle Ebenen gezogen. Dabei sind die rezeptionslenkenden filmischen Paratexte nicht allein auf die Extremitäten der zeitlichen Struktur, Anfang und Ende, Vorspann und Abspann, begrenzt, sondern sind vielmehr mit dem Film verwoben. Die Montageanalyse hat verdeutlicht, wie Filmbilder selbst zu Paratexten werden können, indem sie abstrahiert werden und dadurch von ihrem Ursprungstext losgelöst und in neue Beziehungen gestellt werden.

Im Vergleich mit dem Film konnten im Trailer spezifische formalästhetische Gestaltungsmerkmale hervorgehoben werden. Es scheinen Experimentierfelder in den Paratexten auf, die oft nur ein unscheinbares Dasein führen und nur unterbewusst wahrgenommen werden. Der Paratext ist keinesfalls so unbedeutend, wie es auf den ersten Blick scheinen mag. „Paratexte sind mithin immer auch Lektüren des Textes. Sie sind als reflexiver Kommentar zum Text zu verstehen.“¹⁹⁷

Die vorliegende Arbeit kann, in Anlehnung an ihren Forschungsgegenstand, gleichermaßen als wissenschaftlicher Trailer angesehen werden. Ausgehend von einem sehr präzisen deutlich abgegrenzten Forschungsgegenstand konnte sie Handlungsstränge und Forschungsfragen entwickeln, welche zu einem spannenden *Cliffhanger* geführt haben, der geradezu dazu aufruft fortgeführt zu werden und neben weiteren Fallstudien in einen größeren Kontext gestellt zu werden. Bereits allein die vergleichende Analyse des Logo-Vorspanns in Trailer, Teaser, TV-Spots und Film hat die Ankunft des *computer generated image* in der Filmtechnik angekündigt, bis es im Film selbst vollzogen wird und den Höhepunkt in der *Bullet-Time*-Animation erfährt. Die Frage der Medienästhetik in der Kinorezeption im Kontext der 1990er Jahre bis heute, mit den Einflüssen der Umstellung von analogen zu digitalen Bildmedien, lässt noch viel Raum zur Forschung offen.

¹⁹⁷ Böhnke, Paratexte des Films, S. 23.

Quellenverzeichnis

Filmverzeichnis

Das für diese Arbeit erstellte Einstellungsprotokoll basiert auf dem deutschsprachigen 35mm Filmtrailer von *The Matrix*. Dadurch, dass diese Filmrolle von ihrem originalen Start- und Endband, sowie ihrer originalen Filmdose getrennt ist, können keine weiteren Angaben zu dem Verleih, der Spielzeit im Kino etc. gemacht werden.

Offizielle Trailer, Teaser und TV-Spots befinden sich auf der Bonus DVD 10 *Die Archive Zions*, der *The Ultimate Matrix Collection Limited Edition*, DVD [10-Disc Special Edition], Warner Home Video 2004.

- *The Matrix* Trailer
- *The Matrix* Teaser
- *The Matrix* TV-Spots
 - *Manson*
 - *Reality*
 - *Forget Everything*
 - *Mystery*
 - *Buckle Up*
 - *The Answer*
 - *Kung Fu*
 - *Whoa*

The Animatrix, (Koji Morimoto/Shinichiro Watanabe/Mahiro Maeda/Peter Chung/Andy Jones/Yoshiaki Kawajiri/Takeshi Koike 2003, DVD 7 [10-Disc Special Edition *The Ultimate Matrix Collection*], Warner Home Video 2004).

The Matrix (The Wachowskis 1999, DVD 1 [10-Disc Special Edition *The Ultimate Matrix Collection*], Warner Home Video 2004).

The Matrix Reloaded (The Wachowskis 2003, DVD 3 [10-Disc Special Edition *The Ultimate Matrix Collection*], Warner Home Video 2004).

The Matrix Revolutions (The Wachowskis 2003, DVD 5 [10-Disc Special Edition *The Ultimate Matrix Collection*], Warner Home Video 2004).

Literaturverzeichnis

Beller, Hans (Hg.), *Handbuch der Filmmontage. Praxis und Prinzipien des Filmschnitts*, München: TR-Verl.-Union 1993.

Bellour, Raymond, „Film als unauffindbarer Text“, Übs. Margrit Tröhler/Valérie Périllard, in: *montage/av*, 8/1, 1999, S. 8-17.

Bender, Theo/Wulff, Hans Jürgen, „Cliffhanger“, in: *Lexikon der Filmbegriffe* (12.10.2012), URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=112> (31.01.2015).

Böhnke, Alexander, „Wasserzeichen“, in: Kreimeier, Klaus/Stanitažek, Georg (Hg.), *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*, Berlin: Akademie Verlag 2004, S. 225-243.

Böhnke, Alexander, „The End“, in: Kreimeier, Klaus/Stanitažek, Georg (Hg.), *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*, Berlin: Akademie Verlag 2004, S.193-212.

Böhnke, Alexander/Hüser, Rembert/Stanitažek, Georg (Hg.), *Das Buch zum Vorspann – „The title is a shot“*, Berlin: Vorwerk 8 2006.

Böhnke, Alexander, „Framing hands. Der Eingriff des Films in den Film“, in: Böhnke, Alexander (Hg.), *Das Buch zum Vorspann – „The title is a shot“*, Berlin: Vorwerk 8 2006, S.159-181.

Böhnke, Alexander, *Paratexte des Films. Über die Grenzen des filmischen Universums*, Bielefeld: transcript 2007.

- Böhnke, Alexander, „Die Zeit des Vorspanns“, in: Gwóźdź, Andrzej (Hg.), *Film als Baustelle. Das Kino und seine Paratexte*, Marburg: Schüren 2009, S. 89-101.
- Blüher, Dominique/Kessler, Frank/Tröhler, Margrit, „Film als Text: Theorie und Praxis der ‚analyse textuelle‘“, in: *montage/av*, 8/1, 1999, S. 3-7.
- Bruckner, René Thoreau, „Travels in Flicker-Time (Madre!)“, in: *Spectator*, 28, 2, Herbst 2008, URL: <http://cinema.usc.edu/archivedassets/096/15634.pdf> (08.01.2015).
- Corliss, Richard, „Popular Metaphysics“, in: *Time*, 153/15, 19. April 1999, S. 75.
- Dutz, Klaus D./Elling, Elmar (Hg.), *Die Einstellung als Größe einer Filmsemiotik. Zur Ikontheorie des Filmbildes*, Reihe papmaks 7, Münster: Münsteraner Arbeitskreis für Semiotik e.V. 1981.
- Eder, Jens, *Dramaturgie des populären Films. Drehbuchpraxis und Filmtheorie*, Hamburg: LIT 2000.
- Friedrich, Hans-Edwin/Jung, Uli (Hg.), *Schrift und Bild im Film*, Bielefeld: Aisthesis 2002.
- Genette, Gérard, *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*, Übs. Dieter Hornig, Frankfurt am Main: Campus 1989; (Orig. *Seuils*, Paris: Éditions du Seuil 1987).
- Graser, Marc, „Laurence Fishburne returns as ‚The Matrix’s‘ Morpheus in Kia’s Super Bowl Commercial“, in: *Variety*, 28. Januar 2014, URL: <http://variety.com/2014/biz/news/laurence-fishburne-returns-as-the-matrixs-morpheus-in-kias-super-bowl-commercial-1201075429/> (19.01.2015).
- Griffin, Sean, „Maßgeschneiderte Vorfreude. TV-Spots für Kinofilme“, Übs. Vinzenz Hediger, in: Hediger, Vinzenz/Vonderau, Patrick, *Demnächst in Ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung*, Marburg: Schüren ²2009, S. 326-331.
- Grimm, Petra, „‘Filmschnipsel‘ mit Kalkül. Der Trailer im deutschen Kino“, in: Schaudig, Michael (Hg.), *Positionen deutscher Filmgeschichte*, München: diskurs film 1996, S. 455-472.
- Gwóźdź, Andrzej, „Das Kinematographische tele-vis(ion)iert“, in: Paech, Joachim (Hg.), *Film, Fernsehen, Video und die Künste. Strategien der Intermedialität*, Stuttgart/Weimar: Metzler 1994, S. 179-189.

- Gwóźdź, Andrzej (Hg.), *Film als Baustelle. Das Kino und seine Paratexte*, Marburg: Schüren 2009.
- Hant, Peter, *Das Drehbuch: Praktische Filmdramaturgie*, Waldeck: Felicitas Hübner 1992.
- Hartmann, Britta, „‘Gestatten Sie, dass ich mich vorstelle?’. Zuschaueradressierung und Reflexivität am Filmanfang“, in: *montage/av*, 12/2, 2003, S. 19-38.
- Hediger, Vinzenz, „make them as entertainment“, in: *Cinema 41*, Basel/Frankfurt a. M.: Stroemfeld 1996, S. 128-140.
- Hediger, Vinzenz, *Verführung zum Film. Der amerikanische Kinotrailer seit 1912*, Marburg: Schüren 2001.
- Hediger, Vinzenz „Korpus: Beschreibung, Analyse und Auswertung“, PDF-Dokument auf der CDROM-Beilage zu Hediger, Vinzenz, *Verführung zum Film. Der amerikanische Kinotrailer seit 1912*, Marburg: Schüren 2001.
- Hediger, Vinzenz, „Reiz, Qualität und Ausdruck. Zur Funktion von Schrift und Typographie in Kinotrailern“, in: Hans-Edwin Friedrich/Uli Jung (Hg.), *Schrift und Bild im Film*, Bielefeld: Aisthesis 2002, S. 139-162.
- Hediger, Vinzenz, „Now in a world where. Trailer, Vorspann und das Ereignis des Films“, in: Alexander Böhnke (Hg.), *Das Buch zum Vorspann – „The title is a shot“*, Berlin: Vorwerk 8 2006, S. 102-122.
- Hediger, Vinzenz/Vonderau, Patrick, *Demnächst in Ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung*, Marburg: Schüren ²2009.
- Hediger, Vinzenz, „Trailer“, in: *Lexikon der Filmbegriffe* (22.04.2012), URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=2072> (22.11.2014).
- Hediger, Vinzenz, „Der Film fängt mit der Werbung an: Zur Dramaturgie der Filmvermarktung am Beispiel von Terminator 2“, in: *academia.edu*, URL: http://www.academia.edu/9707031/Der_Film_f%C3%A4ngt_mit_der_Werbung_an_Zur_Dramaturgie_der_Filmvermarktung_am_Beispiel_von_Terminator_2 (16.01.2015).
- Hüser, Rembert, „Der Vorspann stört. Und wie“, in: Albert Kümmel/Erhard Schüttpelz (Hg.), *Signale der Störung*, München: Fink 2003, S. 237–260.

- Jones, Jason/Williams, Matt, „Warner Bros. Pictures“, in: *Closing Logo Group Wiki*, URL: <http://www.closinglogos.com/page/Warner+Bros.+Pictures?t=anon> (04.01.2015).
- Kaczmarek, Ludger/Hediger, Vinzenz/Hüningen, James, „Teaser“, in: *Lexikon der Filmbegriffe* (22.04.2012), URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=2073> (22.11.2014).
- Karremans, Johan C./Stroebe, Wolfgang/Claus, Jasper, „Beyond Vicary's fantasies: The impact of subliminal priming and brand choice“, in: *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, 2006, S. 792-798.
- Kloepfer, Rolf, „Wie kann man filmische Wirkangebote erfassen? – Das Hilfsmittel Akira III“, Beitrag zum Kongress „Digital Tools in Film Studies“, Siegen, Juni 2007, URL: http://www.phil.uni-mannheim.de/romanistik/romanistik3/akira3/images/siegen_d_endfassung_080130.pdf (14.01.2015).
- Korte, Helmut/Drexler, Peter, *Einführung in die systematische Filmanalyse. Ein Arbeitsbuch*, Berlin: Schmidt 2010.
- Krautkrämer, Florian, „Was der Film von seinem Paratext weiß“, Vortrag im Rahmen der Jahrestagung der Gesellschaft für Medienwissenschaft, 2.-4- Oktober 2008, Institut für Medienwissenschaft, Ruhr-Universität Bochum, in: *Gesellschaft für Medienwissenschaft*, URL: http://www.gfmedienwissenschaft.de/gfm/webcontent/files/2008-abstracts/Krautkraemer_Paratexte_GfM2008.pdf (10.12.2014).
- Kreimeier, Klaus/Stanitzek, Georg (Hg.), *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*, Berlin: Akademie Verlag 2004.
- Krützen, Michaela, *Dramaturgien des Films. Das etwas andere Hollywood*, Frankfurt a M.: S. Fischer 2010.
- Kümmel, Albert/Schüttpelz, Erhard (Hg.), *Signale der Störung*, München: Fink 2003.
- Kuntzel, Thierry, „Die Filmarbeit, 2“, Übs. Sabine Lenk, in: *montage/av*, 8/1, 1999, S. 24-84.
- Lamm, Spencer, „Die Matrix ruft dich!“, in: Andy & Lana Wachowski (Hg.), *Matrix Comics. Band 1*, Stuttgart: Panini 2001, S. 4.

- Levaco, Ronald/Glass, Fred, „Quia ego nominor leo“, in: Alexander Böhnke (Hg.), *Das Buch zum Vorspann – „The title is a shot“*, Berlin: Vorwerk 8 2006, S. 137-158.
- Lotman, Jurij M., *Probleme der Kinoästhetik. Einführung in die Semiotik des Films*, Übs. v. Christiane Böhler-Auras, Frankfurt am M.: Syndikat 1977.
- Maslin, Janet, „The Matrix (1999). Film Review. The reality is all virtual and densely complicated“, in: *New York Times*, 31. März 1999, URL: <http://www.nytimes.com/movie/review?res=9400E0DB1F30F932A05750C0A96F958260> (10.12.2014).
- McCarthy, Todd, „Review: ‚The Matrix‘“, in: *Variety*, 28. März 1999, URL: <http://variety.com/1999/film/reviews/the-matrix-1200456768/> (10.12.2014).
- Metz, Christian, „Das Kino: Langue oder Langage?“, in: Metz, Christian, *Semiotologie des Films*, Übs. Renate Koch, München: Fink 1972, S. 51-129; (Orig. „Le cinéma: langue ou langage?“, in: *Communications*, 4, S. 52-90).
- Meyer, Heinz-Hermann, „Produktionslogo“, in: *Lexikon der Filmbegriffe* (10.02.2012), URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6438> (04.01.2015).
- Michaud, Philippe-Alain, „‘Flicker‘, le ruban instable“, in: *Les Cahiers du Musée National d’Art Moderne*, 94, 2006, S. 88-95.
- Möller, Karl-Dietmar, „Schichten des Filmbildes und Ebenen des Films“, in: Dutz, Klaus D./Elling, Elmar (Hg.), *Die Einstellung als Größe einer Filmsemiotik. Zur Ikontheorie des Filmbildes*, Reihe papmaks 7, Münster: Münsteraner Arbeitskreis für Semiotik e.V. 1981, S. 45-90.
- Monaco, James, *Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Neuen Medien*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl. 2009.
- Ndalianis, Angela, „The Frenzy of the visible: spectacle and motion in the era of the digital“, in: *Senses of Cinema*, 3, Februar 2000, URL: <http://sensesofcinema.com/2000/feature-articles/matrix-2/> (10.12.2014).
- Paech, Joachim (Hg.), *Film, Fernsehen, Video und die Künste. Strategien der Intermedialität*, Stuttgart/Weimar: Metzler 1994.

-
- Paech, Joachim, „Film, programmatisch“, in: Kreimeier/Georg Stanitzek (Hg.), *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*, Berlin: Akademie Verlag 2004, S. 213-223.
- Peters, Jan Marie, „Theorie und Praxis der Filmmontage von Griffith bis heute“, in: Hans Beller (Hg.), *Handbuch der Filmmontage. Praxis und Prinzipien des Filmschnitts*, München: TR-Verl.-Union 1993, S. 33-48.
- Proffitt, Jennifer M./Tchoi, Djung Yune/McAllister, Matthew P., „Plugging Back Into The Matrix. The Intertextual Flow of Corporate Media Commodities“, in: *Journal of Communication Inquiry*, 31/3, Juli 2007, S. 239-254.
- Rowin, Michael Joshua, „Flashes of Brilliance. A brief history of the flicker film“, in: *Museum of the Moving Image* (11.06.2009), URL: <http://www.movingimagesource.us/articles/flushes-of-brilliance-20090611> (08.01.2015).
- Schaudig, Michael, „Phänomenologie des graphischen Titeldesigns filmischer Credits“, in: Hans-Edwin Friedrich/Uli Jung (Hg.), *Schrift und Bild im Film*, Bielefeld: Aisthesis 2002, S. 163-183.
- Scherer, Christina, *Ivens, Marker, Godard, Jarman – Erinnerung im Essayfilm*, München : Wilhelm Fink 2001.
- Seeßlen, Georg, *Die Matrix entschlüsselt*, Berlin: Bertz 2003.
- Solomon, Charles, „Inspired by the film they inspired“, in: *The Los Angeles Times*, 1. Juni 2003, URL: <http://articles.latimes.com/2003/jun/01/entertainment/ca-solomon1> (27.01.2015).
- Ven, Anne-Marie Van de, „‘The Matrix’ film poster“, *Powerhouse Museum* (01.2013), URL: <http://www.powerhousemuseum.com/collection/database/?irn=422513> (04.01.2015).
- Wachowski, Andy/ Wachowski, Larry, *The Matrix. Numbered Shooting Script*, 29. März 1998, in: *dailyscript.com* (16.04.2009), URL: http://www.dailyscript.com/scripts/the_matrix.pdf (10.12.2014).
- Wulff, Hans J., „Visuelle Reflexivität, Transition, Punktuerung: Blenden und Überblendungen als Mittel der filmischen Rede“, in: *derWulff.de*, URL: <http://www.derwulff.de/2-100> (10.01.2015). [Orig. erschienen in: Frieß,

Jörg/Hartmann, Britt/Müller, Eggo (Hg.), *Nicht allein das Laufbild auf der Leinwand... Strukturen des Films als Erlebnispotentiale*, Festschrift für Peter Wuss zum 60. Geburtstag, Berlin: Vistas 2001, S. 139-159 (= Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft. 42,60.)]

- o. A., „The Matrix: Awards“, in: *Internet Movie Database*, URL:
<http://www.imdb.com/title/tt0133093/awards> (10.12.2014).
- o. A., „Logo Variations - Trailers - Warner Bros. Pictures“, in : *CLG Wiki* (03.10.2014),
URL: <http://www.closinglogos.com/page/Logo+Variations+-+Trailers+-+Warner+Bros.+Pictures> (04.01.2015).
- o. A., *whatisthematrix.com*, *Comic News*, archiviert von *web.archive.org* (20.12.1999),
URL :
http://web.archive.org/web/20061116004433/whatisthematrix.warnerbros.com/cmp/cx_archive.html (27.01.2015).

Abbildungsverzeichnis

Die Filmstills stammen alle von der *The Ultimate Matrix Collection Limited Edition*, DVD [10-Disc Special Edition], Warner Home Video 2004:¹⁹⁸

Je nach Vermerk beziehen sich die Zeitangaben auf die jeweilige DVD:

- *The Matrix* von der DVD 1 *The Matrix*
- Trailer, Teaser, TV-Spots von der DVD 10 *Die Archive Zions*

Abb 1. und 4 sind Fotografien von der Verfasserin.

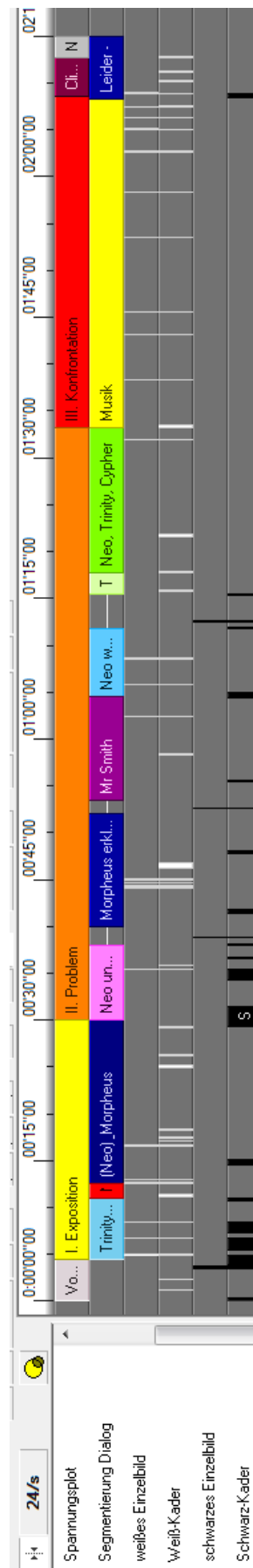
Abb. 2, 11, 12, 19, 21 sind Grafiken, die mit Hilfe der von Rolf Kloepper (Universität Mannheim) entwickelten Software *Akira* erstellt wurden.

Abb. 1: „Whoa“, <i>The Matrix</i> -Trailer, 35mm Kopie	1
Abb. 2: Darstellung des Dreiachtschemas auf der Zeitleiste des <i>The Matrix</i> -Trailers.....	16
Abb. 3: Verfremdung des Warner Bros. Pictures-Logo im Vorspann (Trailer, 00:00:05; 00:00:05; 00:00:06; 00:00:06)	21
Abb. 4: Ansicht des Logo-Vorspanns auf der 35mm Kopie des <i>The Matrix</i> -Trailers.....	21
Abb. 5: Monitorbild im Logovorspann (Trailer, 00:00:08)	22
Abb. 6: Lichtraster und Schrifteinblendung (Trailer, 00:00:45; 00:00:45; 00:00:46; 00:00:46).....	26
Abb. 7: Die Schrifftafel „KEANU REEVES“ mit den rahmenden Einstellungen (Trailer, 00:02:02; 00:02:02; 00:02:03; 00:02:04).....	27
Abb. 8: Die Schrifftafel „LAURENCE FISHBURNE“ mit den rahmenden Einstellungen (Trailer, 00:02:08; 00:02:08; 00:02:08; 00:02:09).....	28

¹⁹⁸ Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

Anhang

Vergrößerte Darstellung der Abb.
19: Darstellung des Aufscheins
der weißen und schwarzen Kader
auf der Zeitleiste des Trailers



Einstellungsprotokoll

Die folgende Transkription diene neben der Benutzung der *Akira*-Filmanalyse-Software als Grundlage für die Traileranalyse dieser Arbeit.

Die Entscheidung, die Dauer präzise in Bildkatern hervorstreichen, hat sich aus der Analyse des Einsatzes des Einzelbildes ergeben. 24 Bildkader (B) entsprechen der Dauer einer Sekunde (s).

Die schwarze Hintergrundfarbe weist auf die Schwarzkader hin, während die hellgraue Hintergrundfarbe die Weißkader hervorhebt.

Einst.nr.	Dauer	Bildkomposition, Mise-en-Scène, Ort, Figuren, Handlung	Beleuchtung, Farbliche Gestaltung	Einstellungsgröße	Kamerabewegung, -perspektive, Tiefenschärfe, Brennweite	Rede, Dialog	Ton, Atmoton, Geräusche, Musik
Der Trailer beginnt mit dem sich im Schwarzen abzeichnenden Warner Bros. Pictures-Logo.							
1	22 B	Aufblende aus Schwarz: Warner Bros. Pictures-Logo (Goldgelbes Initialien-Emblem vor Hintergrundhimmel)					Digitales Zirpen
2	30 B	Aufblende aus Weiß über 7 B. Ab dem 3. Kader zeichnet sich das W.B.-Logo mit Hintergrund ab). W.B.-Logo ist jetzt kleiner und Cinemascope-ähnlich in die Breite gezogen. Zudem ist es blaugrau gefärbt vor blau-grün-schwarz gewittrigem Himmel, mit blitzartigen Strömen übersät. Ab dem 21. B: Das W.B. Logo verfärbt sich blau und wird mit horizontalen Linien bis zur Unleserlichkeit übersät: Signalstörung. W.B. Logo scheint wieder heraus, Einstellung schliesst ab mit 1 B das stark aufgehellte wurde.					
		Logo wechselt von Graublau zu Königsblau, aber mit horizontalen Strichen, wie ein Störungssignal. Das letzte Bild ist abrupt heller, leitet über zu					
3	28 B	Aufblende aus Weiß über 3B. Ab 3. B wird das Logo der Village Roadshow Pictures sichtbar). Im gleichen Erscheinungsbild wie das vorherige WB-Logo. Folgenden 25B: Vor gewittrigem Hintergrund. Logo zuerst bläulich mit Bildstörungshorizontalen und dann graulich. Bildstörungen wiederholen sich.					
	1 B	Schwarzkader					
4	1 B	Village-Logo in silbergrau					

5	1 B	Multiplikation eines Monitorbildes, blauer Farbfilter: Mann in weißem Hemd und schwarzer Krawatte sitzt auf einem Stuhl vor einem leeren Tisch, gegenüberliegender Stuhl ist leer, in einem Raum wo kein Fenster oder Tür zu sehen ist (die Perspektive ist so gewählt=Assoziation eines Verhörraumes). Anordnung wie Überwachungsbildschirme, 3 in der Horizontale und 3 mehr als halbabgeschnittene in der vertikale					
6	1 B	Village-Logo in blaugrau					
	1 B	Schwarzkader					
7	2 B	Village-Logo in blau					
8	1 B	das gleiche multiplizierte Monitorbild wie vorhin					
	1 B	Schwarzkader					
9	2 B	Village-Logo in silbergrau					
	1s 3B	Schwarzkader					
	1 B	Weißkader					
10	11 B	Schnelle Aufblende aus Schwarz: Frau (Hackerin Trinity) rennt, schnelle Abblende in Schwarz	dunkel	Totale	Parallelfahrt		
	1s 8 B	1s 8 B Schwarz					
	1 B	Weißkader					
11	11 B	Schnelle Aufblende aus Schwarz: Frau (Trinity) rennt	dunkel	Nah: Gesicht, Brust und Hände	Parallelfahrt		Musik: Schlag Film: Laufgeräusch, rennende Füße auf Asphalt
	1s 8 B	1s 8 B Schwarz					
	1 B	Weißkader					
12	2s 8 B	Frau (Trinity) springt über eine Strasse von einem Hausblock zum nächsten		Vogelperspektive	Parallelfahrt		
	8 B	Schwarzframes					
13	7 B	Überblendung vom Schwarzen ins Weiße über 7 B.					

	1 s 5 B	Aufblende aus dem Weißen (Dauer: 4 Kader): Neo vor einer Gebäudewand mit roten Abflussrohren.		Format deutscher Trailer: rechts und links weniger abgeschnitten als der amerikanische?		Neo: „Whoa“	
	3 B	Zoom auf Neos Gesicht		Links ein orange-rotes Rohr parallel zur Bildkante. Rechts ein weiteres gleichfarbiges Rohr. Lippenfarbe Neos	Zoom; ersten 2 B sind verwischt, nur letztes ist scharf konturiert		
	1 B	Weißkader (mit violetter Tönung)					
14	3 B	3 fast schwarze Bilder, ein Lichtpunkt geht nur von einer Strassenlaterne aus					
	1 B	Viel helleres Bild der gleichen nächtlichen Szene (erkennbar an dem unmodifizierten Standpunkt der Laterne), es regnet stark, hohe Hausfassade		Froschperspektive auf hohes Haus hoch			Blitz, Donnergeräusch
	1 B	Weißkader					
15	4 B	die gleiche Szene noch aufgehellter: 2 ersten B: Blitz vor der gleichen Hausfassade sichtbar im Himmel		Froschperspektive auf hohes Haus hoch			
	1 B	Gleiche Szene, fast schwarz nur Laternenlicht in der Ecke					
	1 B	Weißkader					
16	1 s 14 B	Es regnet sehr stark. Vogelperspektive Hauswand hinunter auf Strasse. Variationen in der Helligkeit zu Beginn, blitzmässig		Vogelperspektive nicht bildparallel zur Hauswand hinunter auf Strasse		Voice over Morpheus: „Hattest du schon mal einen Traum Neo“	
	10 B	Schwarze Abblende					
	13 B	Schwarzkader					
17	1 s 15 B	Neos Gesicht, schlafend, Lichtreflexe auf seinen Wangen, so wie der Regen der am Fenster herunterläuft		Nah		von dem du glaubtest er sei real?“	

	1 B	Weißkader					
18	9 B	Person hängt über Weißem Rechteck, wird von 3 Scheinwerfern beleuchtet		Frosch- oder Vogelperspektive??? Lose orientation			
	1 B	Weißkader					
19	8 B	Neo-Gesicht, Mund-haut verwachsen gitterartig, lippenlos		Nah			
	7 B	Weißer Aufblende (4 B nur weiss)					
20	16 B	Mann (Neo) fällt Hauswand hinunter		Vogelperspektive, Hauswand hinunter auf die Strasse			
	7 B	Weißer Abblende (4 B nur weiss)					
21	8 B	Mann (Morpheus) steht in einem Salon vor einem Fenster (1 B: Fenster ist dunkel/schwarz, 5 B: Fenster ist hell erleuchtet wie von Blitz, 1 B schwarzes Fenster, 1 B halb helles Fenster)		Totale aus Untersicht			
22	19 B	Kopf und Oberkörper Morpheus	Fenster mal dunkel und schwarz und mal Weiß vom Blitz erhellt. Profil ist von rechts belichtet.	Nah aus Untersicht			
	5 B	Überblendung von Morpheus Kopf zur Hand Neos die eine pastose Spiegelfläche berührt.					
23	18 B	Hand berührt eine spiegelnde, bewegliche Wand		Seitliche Perspektive auf die spiegelnde Fläche. Nahaufnahme des Zeigefingers.			

24	2 s 1 B	leichter Perspektivwechsel. Neo zieht Hand zurück. Neo und Morpheus werden in der Spiegelnden Wandfläche gespiegelt.		Frontale Perspektive auf die spiegelnde Fläche, Zuerst Nahaufnahme des Zeigefingers. Dann Neo und Morpheus in Amerikanischer Halbnah-Einstellung		Voice-Over Morpheus: „Und was	
25	22 B	Neo betrachtet seine Hand, die jetzt von einer spiegelnden Schicht überzogen ist	Lichtquelle links oben im Bild: Spot	Großaufnahme von der Hand, dahinter Neo in Naher Einstellung		wäre wenn du aus diesem Traum nicht mehr aufwachst? Woher wüsstest du	
26	1 s 16 B	Perspektivwechsel: Neos Perspektive auf diese Hand		Großaufnahme der Hand, dahinter Morpheus in Totale		was Traum ist,	
	2 B	Abblende ins Weiße					
	9 B	Weißkader					
	2 B	Überblendung von Weiß zur nächsten Szene					
27	21 B	Morpheus in Amerikanischer, steht am rechten Rande des Bildes	Sein Gesicht ist nur bis zur Hälfte ausgeleuchtet, schwarzer Hintergrund, schwarze Kleidung, Sonnenbrille.			Morpheus: „Und was Realität?“ kein voice-over mehr, hier ist der ursprung	
	6 B	Weißer Aufblende (5 B nur weiß)					
28	2 s 13 B	Von der Hand breitet sich die silbern spiegelnde Flüssigkeit über den ganzen Arm von Neo aus. Erschrecken.		Neo in Amerikanischer Nahaufnahme (ab Brust)			
29	7 B	Kopf liegt in Horizontale. Schrei, wie bei einem Albtraum		Großaufnahme			Schrei-Digitales simsaram
	6 B	Weißer Abblende (davon 4 B nur weiß)					

2 s 4 B		Schwarzkader	Neo: „Was ist los mit mir?“				
30	2 s	Überblendung vom Schwarze zur Szene (ca. 4 B) Neo in enger ‚Umarmung‘ mit Trinity, Nähe. Wir sehen Neos Profil, Trinity spricht zu ihm.	Dunkel	Großaufnahme.		Trinity: „Die Antwort ist irgendwo da draussen Neo,	
31	23 B	Perspektivwechsel der gleichen Situation: Wir sehen Trinitys Profil, Trinity spricht zu Neo.		Perspektivwechsel		es ist die Frage, die uns keine Ruhe lässt.“	
	4 B	Schwarze Abblende					
1 s 2 B Schwarzkader							
		1 Weißkader					
32	9 B	Matrix-Schriftzeichen in vertikaler Anordnung in einem Raum					
33	3 B	Weiße Aufblende (davon 2 B nur weiß)					
	13 B	Überwachungsraum mit Bildschirmen/Monitore		Totale			
	3 B	schwarze Abblende					
4 B Schwarzkader							
34	3 B	schwarze Aufblende					
	1 s 1B	Neo & Trinity (Hinterkopf), wieder eng zusammen. Neo fragt Trinity.		Großaufnahme		Neo: „Was ist die Matrix?“	
	3 B	Schwarze Abblende					
3 B Schwarzkader							
35	16 B	Licht-Punkte Sieb (11*20 Punkte)	Lichtvariation: Blendung...				
		Lichtpunkte leuchten vor schwarzem Hintegrund auf und glimmen wieder ab					
	1 B	Schwarzkader					
	16 B	Lichtpunkte leuchten vor schwarzem Hintegrund auf und glimmen wieder ab					
36	2 s 5 B	Schriftzug „Vergessen sie alles was sie gelernt haben“				Voice Over Fishborne: „Die Matrix ist nur eine Scheinwelt	
	4 B	Schwarze Abblende					
7 B		Schwarzkader	Die mit der				

37	19 B	Überblendung über ca. 4 B aus dem Schwarzen zur Szene: Sicht von einem erhöhten Standpunkt auf Hochhäuser				Realität nichts zu tun hat.“	
38	21 B	Über 4 B Überblendung von vorheriger Szene direkt zu der folgenden Szene: Hochhaus		Untersicht aus Forschperspektive			
39	21 B	Über 4 B Überblendung zur Strassenszene: Neo auf Strasse, Menschen im Hintergrund		Halbnahe			
	1 B	Weißkader					
40	4 B	Gebirgsszene in Bläulichen Tönen					
	1 B	Weißkader					
41	6 B	Neo (geschorener Kopf), von Flüssigkeit bedeckt, erwacht aus dem Gefängnis der Maschinen		Halbnahe			
	1 B	Weißkader					
42	8 B	Matrixzeichen in vertikaler Anordnung – verwischen durch Schwenk		Kameraschwenk			
	1 B	Weißkader					
43	1 s 2 B	2 paar Füße schweben hinunter auf ein rechteck Stadt in Weißem Nichts					
		Über ca. 4 B Überblendung ins Weiße					
	13 B	Weißkader					
44	1s 4 B	Neo rechts im Bild	Dunkel, Neos Gesicht ist halb von links ausgeleuchtet	Halbnahe		Neo: „Welche Realität?“	
		Überblendung ins Schwarze über 3 B					
	8 B	Schwarzkader					
45	1 s 1 B	Überblendung von Schwarz zur Szene über 4 B: Szene: Mr. Smith, Sonnenbrille, im Hintergrund links, Art Nottreppe		Großaufnahme von Mr. Smith in Untersicht		Voice over Trinity: „Sie beobachten dich Neo“	
46	12 B	Füße vor Autoreifen		Großaufnahme der Füße bis halbe Wade, Schuhe, aus der unteren Sicht			
47	17 B	Ziegelschornsteine, Mensch springt von einem Dach zum nächsten					

48	15 B	Neo	Nur Hälfte von Neos Gesicht ist belichtet, von rechts aus	Halbnahe			
49	11 B	Mr. Smith landet auf dem Dach auf Füßen und stürzt sich auf das Dach		Totale			
50	17 B	Mr. Smith im Profil (das 17. Bild ist leicht bläulich eingefärbt, quasi als Übergang zur nächsten Szene:		Ein bisschen näher ran, und aus dem Profil			
51	1 s 11 B	Direkte Einblendung: Licht-Punktsieb: 17 B – 1 Schwarzkader – 17 B. 3 letzte B: Überblendung mit Schriftzug					
52	2 s 6 B	Schriftzug: „Vergessen Sie alles was sie gesehen haben“ Überblendung ins Schwarze über ca. 3-4 B				Voice Over Mr. Smith: „Der Mensch ist eine Krankheit...“	
4 B Schwarz							
53	2 s 7 B	Mehrere tanzende Leute, Art Partyszene		Amerikanische		Voice over: ...das Krebsgeschwür dieses...	
		Überblendung zu nächster Szene über ca. 8 B					
54	12 B	Mr. Smith		Halbnahe		Direkt aus Filmszene: ...Planeten...	
	2 B	Weißkader					
55	11 B	5 B Überblendung von Weiß zu Matrix-Schriftzeichen Matrix-Schriftzeichen formen einen Gang mit Tür, in der 3 Gestalten stehen					
56	18 B	3 Agenten drehen sich zu dem Zuschauer...		Leichte Untersicht, Amerikanische		Voice over: Und wir	
57	22 B	Pistole. Schuss		Vertikale Vogelperspektive auf den Lauf der Pistole			
58	1 s 5 B	Pistolen-Patrone fällt auf den Boden,		Sicht aus Bodennähe frontal auf Patrone, die anschlägt am Boden			
		letzte 4-5 B: Überblendung zur nächsten Szene					
59	22 B	Mr. Smith redet				Direktrede aus Szene: ...bringen die Heilung.“	

	1 B	Weißkader					
60	23 B	Mr. Smith liegt am Boden und richtet sich auf					
61	1 s	Mr. Smith will Neo Fausthieb schlagen. Neo bückt sich. Mr. Smith schlägt die Mauer, die zerbricht.		Halbnah. Personen links, rechts Mauer.			
	14 B	Schwarz					
62	22 B	Einblendung aus dem Schwarzen über 3 B: Neo telefoniert und rennt Strasse entlang				Neo: „Schnell holt mich hier raus“	
	1 B	Weißkader					
63	4 B	Neo sitzt auf einem Stuhl, hat was auf dem Kopf aufgesetzt, und empfindet Schmerzen		Halbnah			
64	3 B	Matrix-Schriftzeichen					
65	2 B	3*5 Monitore, Überwachungsbilder von dem Verhörraum wo eine Person ohne Gegenüber sitzt....					
66	3 B	Neo, hat was auf dem Kopf aufgesetzt und empfindet Schmerzen: Mund ist schmerzhaft verzogen. Nach links geneigt		Näher als vorhin. Nahe Einstellung?			
67	2 B	Monitorbild (Aufnahme von der Wanze in Neos Bauch)					
68	3 B	Morpheusrechts im Bild. Erstes Bild ist noch dunkler, die zwei nächsten sind heller, sein Gesicht ist fast Weiß ausgeleuchtet.		Halbnah			
69	2 B	Überwachungsraum, mit Monitoren und Schalthebeln. Person schaut auf Monitore, sitzt im Sessel und dreht uns den Rücken zu.		Totale			
70	3 B	Neo liegt fast im Sessel, Augen geschlossen	Lichtquelle über seinem Kopf	Großaufnahme			
71	2 B	Monitor-Display. Bläulich.					
72	3 B	Spinnenartiger Roboter (Wächter)					
73	2 B	Irgendein ein Gegenstand den er in der Hand hält Hand, Finger verschwommen vorne im Bild					
74	3 B	Neos liegendes Gesicht: Schrei		Großaufnahme-Detail			
75	2 B	Person in der Luft schießt		Totale			
76	3 B	Zahlenbild, Monitor? „System Failure“					

77	2 B	Nacktes Baby an Kabeln angehängt...	Auch Seitlich von unten beleuchtet				
78	2 B	Neo mit Ding auf Kopf, Schrei		Halbnah			
79	2 B	Monitor-Display, Taekwondo, Mensch abgebildet und Gehirn. bläulich					
80	3 B	Explosion, rötlich, orange					
81	2 B	Mr. Smith im Profil,	von rechts seitlich beleuchtet, so dass die Profilkontur hell ist.	Großaufnahme			
82	3 B	Neo, geschoren, liegt da. 'Kopfüber'		Vogelperspektive			
83	2 B	Grüne Ströme... Abstraktes Bild					
84	2 B	Trinity steht mit den ausgebreiteten Händen vor sich da	Hintergrund: Lichtspots, Trinitys Konturen sind hell erleuchtet	Halbnah			
85	2 B	Helikopter vor Hochhaus im Anflug	Bläulich	Totale			
86	2 B	Schrei von Neo, Gesicht ist horizontal		Großaufnahme-Detail			
87	2 B	Lauf einer Pistole fast auf Zuschauer gerichtet		Großaufnahme – Detail			
88	2 B	Rote Lichtpunkte, die im Körper eine rRoboter-Spinne sitzen....	Bläulich-dunkler Raum, Spinne auch dunkelblau, rote Lichtpunkte	Totale			
89	2 B	Neo in Taekwondo-Position und Kleidung und in einem passenden Raum, mit Raumteilern, Reispapier, beleuchtet		Halbnah			
90	2 B	Matrix-Schriftzeichen, diesmal nicht wie wild im Raum drehend, sondern geordnet in Reih und Glied in 2D					
	1 B	Weißkader					

91	1s 11 B	Neo erwacht kommt wieder zurück in die reale Welt		Kamera zuerst Nahaufnahme von Neos Gesicht, dann Fahrt zurück, parallel zu Neos Aufwachen, sodass Trinity und Fishborne auch ins Bild kommen.		Voice over Morpheus: „Willkommen...	
92	1 s 20 B	Morpheus		Großaufnahme LFs Gesichts		Direkt: „...in der Wirklichkeit“	
	3 B	Schwarz					
93	1 s 11 B	Lichtpunkte-Sieb 17 B – 1 Schwarzkader – 17 B, über die letzten 3 B Überblendung mit Schriftzug					
94	2 s 11 B	Schriftzug „AB 17. JUNI PACKT SIE DIE MATRIX“					
	3 B	Schwarz					
	1 B	Weißkader					
95	1 B	Überblendung					
	3 B	Gebirgslandschaft	Bläulich				
	1 B	heller (aber dunkler als das erste Überblendungsbild)					
96	2 B	einzig hellen Flächen der Landschaft: im Himmel zwischen den Wolken heller Punkt, wo diese ins Negativ gewandelt wurden	Negativ				
97	26 B	23 B Gebirgslandschaft im Dunkeln – Sonne strahlt aus der Wolkenlücke heraus					

98	14 B	Ersten 8 B Überblendung mit der Gebirgslandschaft - dann Neos Gesicht in Groß	Wandelt sich mit Überblendung vom bläulichen ins hellrosa-graue. Gesicht zur Hälfte ausgelichtet, die linke Hälfte, die rechte Hälfte nur Lichtkontur.	Großaufnahme			
	3 B	Weiß					
99	1 s 5 B	20B Erstes Bild ist nicht heller als Übergang von Weiß zur Szene. Neo macht den Mantel auf und gibt Blick auf Waffen frei.		Nahsicht der Bauchgegend, Kamerafahrt nach oben, bis auf Blickachse mit Neo: Halbnah		Voice over Cypher: „Du kommst also...“	
		Von 21. Bis 29. Bild Kamerafahrt nach oben, sodass das Gesicht Neos mit Sonnenbrille erscheint					
100	15 B	Erste 5 B: Überblendung mit voriger Szene Cypher im Profil rechts, im Hintergrund links die grünen Matrix-Schriftzeichen.				Direkt: „...um die Welt zu retten“	
101	13 B	Trinity und Neo in einer Halle. Sie trägt eine Tasche	Längliches Sprossen-Fenster in der Mitte, genau zwischen T & N. Rechts und links daneben noch zwei längliche Fensterstreifen. Grau-schwarz	Totale			
102	20 B	Monitore mit Matrix-Schriftzeichen, Tastaturen, Mann sitzt im Profil davor	bläulich	Amerikanische		„Was brauchst du?“	
103	16 B	Neo am Handy	Weißer-hellblauer Hintergrund!	Großaufnahme seines Gesichtes mit Hand am –handy		Neo: „Waffen“	
104	2 s 6	Einblendung aus dem Weißen über 10 B:		Totale. Dollyzoom?		Voice over Neo:	

	B	Simulationsprogramm. Trinity kommt von rechts und geht auf Neo zu. Aus dem Hintergrund kommt die Waffenreihe angefahren, ähnlich Dollyzoom?				„Ne Menge Waffen“	
105	1 s 6B	Neo vor Waffenregal. Ersten 10B davon ist das Regal noch in Bewegung, daher verschwommen	Schwarze Waffen im Regal geordnet vor Weißem Hintergrund			Voice over Trinity: „Das hat...“	
106	1 s	Trinity vor Waffenregal	idem			Trinity: „...noch nie jemand versucht“	
107	10 B	Nimmt sich eine Waffe aus dem Regal und entschert sie		Großaufnahme			
108	1 s 5 B	Neo hat die Waffe locker in der Hand, und schaut cool zum Zuschauer, resp. Trinity				Neo: „Darum wird's auch funktionieren“	
109	19 B	Cypher und digitalen Gerät in der Hand				Voice over Cypher: „Schnall dich lieber an“	
110	14 B	Neo und Trinity in Art Liftschacht	Unten rechts und links ist beleuchtet.	Aus Untersicht			
111	13 B	Neo schiesst mit Pistole auf die Verankerung des Stahlseils am Lift		Großaufnahme. Aufsicht			
112	8 B	Seitlicher Blick in den Liftschacht, Neo und Trinity werden gerade an dem Stahlseil hochgezogen	Seitlich rechts und links leuchtstoffröhren	Totale			
113	1 s 16 B	Aufsicht auf Neo und Trinity wie sie am Stahlseil des Liftes hängen und aufschauen	Seitlich rechts und links perspektivisch verzogen Leuchtstoffröhren	Vogelperspektive, Aufsicht		Voice over Cypher: "Hier wirds nämlich gleich..."	
114	17 B	Cypher, in der linken Hand, also rechts im Bild hält er wieder dieses Kopf Ding mit roten Lichtpunkten	dunkel	Halbnah		Direkt: "...ungemütlich, Baby"	

115	10 B	Liftschacht, Funken fliegen, Lift kommt nach unten gesaut Richtung Zuschauer	Rechts und links seitlich Leuchtstoffröhren	Symmetrische Aufnahme			
	1 B	Weißkader					
116	1 s 9 B	Explosion und weiße Abblende					
	4 B	Weißkader					
117	16 B	Die ersten 3 B ist Aufblende aus dem Weißen. 3-4 Personen gehen durch die Tür	Türöffnung ist lichterfüllt, dunst ist sichtbar, reflektiert das Licht. Lichtspots rechts und links				
118	15 B	In einer Halle, marmorierter Boden, Streifenoptik, hellgraue breite streifen und schmalere in schwarz. Schusswechsel	Schmaler Lichtstreifen oben				
119	1 s 7 B	Trintiy läuft die Mauer halb hoch, horizontale Körperhaltung. Hinter ihr wird auf die Mauer geschossen, Beginn zu Salto-Sprung					
120	1 s 12 B	Trintiys Salto, Drehung um die eigene horizontale Achse	blaugrau				
121	11B	In U-Bahnstation? Person (Neo) wird von Agent (Mr. Smith) auf die Gleise gestossen. Werbung im Hintergrund „Sol“ und HP	Orange. Beleuchtung der Werbetafeln	Totale			
122	13 B	Perspektivwechsel: Person die fliegt, fällt in Profil, zuerst mit dem runden Tunnel der U-Bahn im Hintergrund dann Schwenk	Beleuchtung der Werbetafeln,	Totale, Kameraschwenk?			
	1 B	Weißkader					
123	1 s 7 B	Sich ausbreitende Explosion zwischen zwei Pfeilern					
124	1 s 5 B	Neosteht gegen einer Wand, rechts von der Bildmitte und feuert aus 2 Maschinenpistolen	Graue schattierte Wand	Halbnah			
125	23 B	Perspektive von dem Boden, gestiefelte Füße und Mantel von Neo der läuft, und schießt (Patronen fallen auf den Boden neben ihm), im Hintergrund auch 3 Leute die auf ihn schießen...		Untersicht, aber geradeaus...			

126	1 s 5 B	Seitenperspektive: 2 Pfeiler und dazwischen läuft wer, der schießt und auf die 2 Pfeiler wird geschossen, sodass alles abbröckelt					
127	8 B	Trinity steht draussen auf Dach, Hochhäuser im Hintergrund und sie wirft etwas					
	1 B	1 Weißkader					
128	16 B	Hand kommt durch irgendeine Wand, Lamellenfenster?, und greift nach Person rechts im Profil, Neo?					
129	18 B	Cypher unter gekrümmtem Rohr mit Blitz-spritz- Pistole...	Von bräunlich bis grell Weiß				
130	15 B	Szene auf Dach, Hintergrund Hochhäuser. Links zieht Dunst auf. Rechts urbaner Ausblick. Neo schießt aus den zwei Händen. Mantel flattert	Hellblauer Himmerl graue Umgebung	Totale			
131	11B	Großaufnahme von Neos Gesicht, zwei Waffenmünder	Gesicht halb erleuchtet blauer Hintergrund				
	1 B	Weißkader					
132	21 B	Hochhaus im Hintergrund, mittig. Bis zur Hälfte des Bildes grauer Steinplattenboden... Agent spaltet sich... überschnelle Reaktion auf den Schuss. Ausweichmanöver		Totale			
133	1s 5 B	Trinity springt in die Luft, ausgebreitete Arme	Nur ein Streifen ist belichtet, nicht das ganze Bild. Trinity und ihr Schatten auf der Wand	Totale. Kamerafahrt?			
134	1 s 1 B	Erste 10 B: Großaufnahme der Füße Trinitys wie sie den Agenten trifft. Ab 11.B Zoom zurück, wie der Mann fällt	Lichtkegel einer Taschenlampe erhellt die Szenerie von hinten und ein kleines Fenster				
135	1 s 6 B	Komische sBecken in roter Farbe mit Kabelwirrwarr und Hand die sich herausstreckt durch die hautartige Wand.	rötlich				

136	15 B	Trinity geht in Telefonkabine, Lastwagen kommt auf sie zu gefahren	Nachts. Scheinwerfer des Lastwagens	Totale			
137	16 B	Großaufnahme von Trinity am Telefonhörer, breitet Hände vor sich aus, Schutz. Lastwagenlicht blendet sie, Schatten ihrer Hand auf ihrem Gesicht		Großaufnahme			
138	1 s 9 B	U-Bahn: Auf dem Gleis (gleiche U-Bahnstation wie vorhin mit „Sol“-Reklame. Wieder springt wer auf die Gleise, oder wird gestossen? U-Bahn kommt auf die Person zu.	Dunkelblau schwarz, Licht der Werbungstafeln	Totale			
139	4 B	Schrei aus dem Albtraum von Neo, horizontal im Bild		Großaufnahme- Detail.			
140	4 B	Trinity hält den Lauf der Pistole direkt in die Kamera, auf die Zuschauer, perspektivischer Effekt der Verkürzung, Hochhaus im Hintergrund (Blaue Farbe) Boden und Himmel sehr hellgrau bis Weiß.		Amerikanische von Trinity, Großaufnahme der Pistole			
141	19 B	Schrifteinblendung KEANU REEVES, Erste 4 B bestehen im schnellen Herauszoomen.					
	1 B	Weißkader					
142	1 s 3 B	Nächster Lauf, diesmal einer Bazooka? Der Lauf bewegt sich nach rechts, sodass die dahinterstehende Person sichtbar wird: Keanu Reeves as Neo.					
143	16 B	Luftstunt. Irgendwer-Neo? springt in die Luft vor einem Gegenüber: Soldat mit Helm	Horizontaler Lichtstreifen im Hintergrund	Totale			
144	14 B	Perspektivenwechsel: sieht wie Soldat mit Helm den Fuß ins Gesicht bekommt		Großaufnahme			
145	18 B	Zwischen zwei Pfeiler steht Neo, Dahinter hell erleuchtete hohe Fenster. Man sieht wie der Soldat zu Boden fällt	Hohe Fenster	Totale			
146	1 s 2 B	Spinnenartiger Roboter (Wächter) mit roten Lichtpunkten-Augen erweckt zum Leben: Lichtstrahl geht unter seinem Körper raus, hebt sich in die Höhe. Menschen unter ihm?	Erst dunkelblau und rote Punkte, dann erhellt	Totale-Supertotale (wenn zwei Menschen als Referenz)			
147	19 B	Schrifteinblendung LAURENCE FISHBURNE, Erste 4 B bestehen im schnellen Herauszoomen.					
	1 B	Weißkader					

148	12 B	Morpheus springt aus dem zerbrochenem Hochhaus-Fenster. Regen?	Dunkelblau				
149	1 s 10 B	Untersicht: wir sehen Helikopter neben Gebäude, von zwei Seiten springen Personen raus aufeinander zu (Neo und Morpheus)			Untersicht, Froschperspektive		
150	8 B	Frontaler Blick auf Sprung aus halbverbretterter Öffnung. Wer?		Halbnah			
151	17 B	Perspektivenwechsel: wir sehen von oben auf die Person (Trinity) die aus dieser holzverbretterten Öffnung in ein Stiegenhaus springt und sich abrollt: Holzsplitter fliegen zur Seite. Rundes Ding ist wohl eine Lampe?		Totale	Vogelperspektive, Aufsicht		
152	14 B	Trinity liegt am Boden mit Splittern, hebt sich hoch, und streckt Waffen von sich, schussbereit zur Verteidigung.					
153	23 B	Kussszene: Trinity und Neo	Von hinten belichtet, Trinity ist ganz dunkel, bei Neo fällt das Licht leicht auf die Augen und Stirn	Großaufnahme			
	1 B	Weißkader					
154	1 s 5 B	Aufsicht: Neo hält Morpheus fest, beide hängen am Helikopter. Drunter sind Dächer.	Hellgrau-hellbraun		Vogelperspektive, Aufsicht		
155	8 B	Person trägt weitere Person auf den Schultern und setzt an diese kopfüber zu werfen... Zwischen den Gleisen der U-Bahn. (Neo und Mr. Smith)	Hellbraun-orange	Amerikanische			
156	22 B	Person wird kopfüber geworfen. Sie springen beide an die Decke? (Neo und Mr. Smith)	graulich	Totale			
	1 B	Weißkader					

157	15 B	Helikopter stösst gegen Glasfassade eines Hochhauses. Viele Horizontale Linien	Grau-Weiß	Totale, Super-Totale	Vogelperspektive		
158	14 B	Seitlicher Blick auf die Glasfassade. Sie zerbricht, explodiert. Zuerst spiegelt sich noch andere hochhäuser in der fassade.					
	1 B	Weißkader					
159	1s 5 B	Explosion im Hintergrund, wahrscheinlich dieser Hochhaus-Glaswand. Person (Trinity) hängt an Seil (vom Helikopter), und schwingt sich weg von der Explosion	Blaugrau-orangegelb	Totale			
	1 B	Weißkader					
160	1 s 1 B	Mitte des Bildes: fatter Blendpunkt der erlischt = Ausschalten eines Bildschirms					
	10 B	Schwarz				Voice-over Morpheus: *Leider..."	
	1 B	Weißkader					
161	6 B	Agent zielt mit Waffe. 1 B zielen, 1 B Schussexplosion(nimmt fast das ganze Bild ein)dann 4 Bilder wo der Lauf der Waffe weiterhin gerichtet bleibt.		Großaufnahme	Recht unscharf, nur vielleicht Spitze des Pistolenlaufs scharf		
162	23 B	Kugel kommt geflogen in Zeitlupe, Ausweichmanöver Neos		Totale	Bullet-time	Voice-over Morpheus: "...kann man nicht..."	
	1 B	Überblendung					
	4 B	Weißkader					
163	1 B	Überblendung					
	18 B	Andere Perspektive, weiteres Ausweichmanöver		Totale	Bullet-time	Voice-over Morpheus: "... erklären..."	
	1 B	Überblendung					
	4 B	Weißkader					
164	1 B	Überblendung					
	1 s 10 B	Neue Perspektive, erneutes Ausweichmanöver		Amerikanische	Bullet-time	Voice-over Morpheus: "...was die Matrix ist."	

	1 B	Überblendung)					
	2 B	Weißkader					
165	2 s 12 B	Erste 18 B: Schrift verändert sich, Buchstaben werden ausgetauscht (M A T I X), ab 19. Bild steht Schriftzug MATRIX da. Ganz klein in Blau obendrüber THE. Ca. 9 B bleibt Matrix konstant stehen, dann werden die Schriftzeichen kleiner und scheinen im Nebel nach hinten zu verschwinden.				Voice-over Morpheus: "Man muss sie selbst erleben."	
		Letzte 2 B wieder abrupt ein Zoom hinein in die Schrift, als ob man hineingesogen werden würde. Und das Bild wird heller (weiße Buchstaben)					

Abstract

Anstelle sich den bereits vielfach diskutierten Interpretationsebenen des Filmes *The Matrix* (The Wachowskis 1999) zuzuwenden, befasst sich die vorliegende Analyse dezidiert mit dem, bislang wenig beachteten, filmischen Nebenprodukt, dem gleichnamigen Filmtrailer.

Die leitende methodische Grundthese ist das von dem Literaturwissenschaftler Gérard Genette entwickelte Konzept der Paratexte, welches auch auf den Film übertragen werden kann. In der vorliegenden Diplomarbeit werden diese paratextuellen Wirkungsmechanismen exemplarisch am *The Matrix*-Trailer ausgearbeitet werden. Treibende Forschungsfragen sind: Welche paratextuellen Strukturen weist der Trailer auf? Wie sind sie formal mit dem Trailer verbunden und auf welche Weise lenken sie die Rezeption? In welcher Beziehung steht der Trailer zu weiteren verbenden Paratexten, wie zu dem Teaser, zu den TV-Spots und nicht zuletzt zu dem ‚Haupttext‘, dem Film?

Das Grundgerüst für die Filmanalyse stellt ein, ausgehend von dem 35mm Filmtrailer erstelltes, ausführliches Einstellungsprotokoll dar, welches die formalen Gestaltungsmittel, sowie die einzelnen Einstellungen in ihrer präzisen Dauer umfasst. Zuerst werden die offenkundigeren (bild)schriftlichen Paratexte untersucht werden, wie der Logo-Vorspann, die Zwischentitel, die Schauspielereinblendungen und der Filmtitel. In einem zweiten Schritt werden jedoch auch die Filmbilder an sich auf ihre spezifische Montagestruktur analysiert werden. Das allgemeine dramaturgische Funktionsprinzip sowie die Konventionen der Trailermontage werden in Bezug auf Vinzenz Hedigers Untersuchungen erläutert. Gleichzeitig werden ebenfalls die Filmbilder auf ihren paratextuellen Gehalt beleuchtet werden. Es stellt sich heraus, dass das weiße Einzelbild ein spezifisches Leitmotiv des Trailers darstellt und ihm eine maßgebliche Rolle in der wahrnehmungspsychologischen Wirkung zukommt. Die Medienästhetik zieht sich als roter Faden durch die Analyse, begonnen bei der

Materialität des Untersuchungsgegenstandes, über die Rezeptionssituation im Kino, bis hin zu derjenigen auf dem heimischen Bildschirm.

Lebenslauf

Marie BACK

WISSENSCHAFTLICHER WERDEGANG

2007	Diplôme de fin d'études secondaires, Lycée classique d'Echternach (Luxemburg)
2007 →	Bachelor of Arts in Kunstgeschichte (2012), und Diplomstudium der Theater-, Film- und Medienwissenschaften an der Universität Wien
2012 →	Internationaler Master für Museologie und Kunstgeschichte an der École du Louvre (Paris) und der Karl-Ruprechts-Universität Heidelberg
Juni-September 2013	Sommerkurs zur kanadischen Museologie an der Universität Montréal, Kanada, unter der Leitung von Colette Dufresne-Tassé

PRAXISERFAHRUNG

2007-2012	Tätigkeit als Filmvorführerin in diversen Kinos
August - September 2011	Kostümassistenz bei Markus Kuscher für den zeitgenössischen Opernzyklus <i>Alf Laila Wa Laila</i> des <i>Sirene Opern Theaters</i> , Wien
2010-2012	Mitarbeiterin beim <i>Tricky Women Animation Film Festival, culture2culture</i> , Wien
November-Dezember 2013	Filmvermittlung während der Ausstellung zum Thema Animationsfilm <i>Anim'Action</i> , Espace Saint-Exupéry, Franconville
Juli-Oktober 2014	Volontariat, Mitarbeit an dem Ausstellungskonzept des Museums im buddhistischen Kloster Matho, Jammu und Kashmir, Indien