

7. TENDENZEN DES VOLLSTÄNDIG GERENDERTE NEN SPIELFILMS

Durch die wachsende Milliardenumsätze des digitalen Trickfilmgeschäfts zu Anbeginn des 21. Jahrhunderts ist eine ökonomische Blendung der amerikanischen Trickfilmbranche zu konstatieren. Bis zum Stand der Erhebung 2005 sind seit *Toy Story* 1995 mehr als ein Dutzend computer-generierter Trickfilme in deutschen Kinos aufgeführt worden. Der bislang erfolgreichste CG-Film ist *Shrek 2*, der den weltweiten Kinoerlös von 921 Millionen Dollar verbucht bei gleichzeitig minimalsten Produktionskosten von 70 Millionen Dollar. *Finding Nemo* kostete 94 Millionen und spielte seinerzeit 865 Millionen Dollar weltweit ein (Beier/Hornig/Schulz 2005: 98). Die Trickfilmfabrik Disney wird, nachdem sie als Geldgeber für die Pixar-Produktionen fungierte und die eigene Zeichentrickfilmproduktion dabei reduzieren musste, künftig ein auf digitale Säulen gestütztes Terrain betreten. »Sein letztes klassisches Zeichenstudio wird Mitte [2006] [...] geschlossen« (ebd.). Beier/Hornig/Schulz sprechen hierbei von einer Revolution durch Trickfilme, die 70 Jahre nach *Snow White And The Seven Dwarfs* dem Kino widerfährt: »Gepixelte Traumwelten wie ›Shrek 2‹, ›Die Unglaublichen‹ [...] gehörten [...] zu den letzten verlässlichen Kassenschlagern in Hollywood« (ebd.). Neben den zuvor aufgezeigten Möglichkeiten der Computerdarstellung erzählen die Filme der Pixar mitunter auch »sarkastische Geschichten, die Kindern und Eltern gleichermaßen Spaß bereiten – sehr zum Verdruss mancher Feuilletons« (ebd.). Mit zunehmender Markttöffnung digitaler Technologien im Trickfilm wird der Schwerpunkt des Begriffs Animation tendenziell verschoben und vom Image des Instruments der Kinderunterhaltung losgelöst, mit der er lange Zeit in Verbindung gebracht wurde (vgl. auch Pilling 1997: ix). Animation wurde lange Zeit als ein »›cartoon‹ medium« (Wells 2002: 2) verstanden, da sie seit den 30er Jahren bis heute größtenteils in Verbindung mit der Präsenz und Performance der Disney Animation gebracht wurde. Der Status der Animation glich einem von der Kunst abgewiesenen Image aufgrund der Popularität, Kommerzialität und der Assoziation zu Kindern bzw. zu einem jungen Publikum.

Mit dem Technologiewandel ändert sich das Erscheinungsbild. *Shrek* erzählt eine Geschichte mit Motiven, für die sich der Name ›Disney‹ vermutlich nie hätte hergeben lassen, denn *Shrek* erzählt mit vulgären Bildern. Die Shrek-Figur duscht sich mit Schlamm, andere traditionelle Motive aus bekannten Zeichentrickfilmen werden humorisiert und derb verulkt. *Antz* zeigt eine Schlacht von Soldatenameisen mit anderen Ungeziefern, was Affinitäten zu einem jungen Zielpublikum reduziert. Die computeranimierten Spielfilme handeln von sublimen Themen, die die Belange von Erwachsenen ansprechen. Beinahe anachronistisch wirkt dagegen die Kindernähe, die durch Sujetrückgriffe auf Tier- und Monsterwelten entfacht wird aufgrund der in Kapitel 4.2 dargelegten, algorithmischen Materialverfügbarkeit. Zu dieser Erkenntnis gelangen auch Beier/Hornig/Schulz: »Die außerordentliche Tierliebe der Studiobosse hat freilich nicht nur mit ihrem feinen Gespür für Kinderträume zu tun, sondern auch mit den Grenzen der Computertechnik. Trickfilmmenschen am Bildschirm zu bauen, ist nach wie vor das aufwendigste und teuerste Unterfangen« (Beier/Hornig/Schulz 2005: 99). Beier/Hornig/Schulz erwähnen konträr zu den Cartoonfilmen den CGI-Titel *The Polar Express*, der die fotorealistische Menschendarstellung seit *Final Fantasy: The Spirits Within* erneut anstrehte, aber auch 165 Millionen Dollar kostete, was mehr als doppelt so teuer wie *Shrek 2* war.

Global betrachtet lässt sich das Budget im Gegensatz zum live-action-Film zuverlässiger kalkulieren. Dies hängt kausal mit den zuvor behandelten Paradigmen der Figuralität und der Umgebungskonstruktion in der CGI zusammen, wie auch Beier/Hornig/Schulz konstatieren: »Kein Sturm kann die Kulissen zerstören, die Helden aus dem Computer brechen sich bei den Dreharbeiten nicht die Knochen, nehmen keine Drogen und wollen nicht mal Millionen-Gagen« (ebd.: 100). Von der Jahrtausendwende an erfährt das Instrumentarium der 3-D-Applikation die in der vorliegenden Untersuchung erwähnten Innovationen, die die diesbezüglich höher abgesteckten Ziele näher rücken lassen. Eines dieser Ziele ist die Herstellung eines digitalen Menschen – und das gilt aufgrund der Genealogie der virtuellen Menschen für den Spielfilm als auch für das Computer- und Videospiel – als Rezeptions- und Identifikationsbasis für eine sehr unterschiedungskritische Zielgruppe: *andere Menschen* (Hooks, zit.n. Pelican 2005: 43).

Die Entwicklung zielt darauf ab, beim Zuschauer größtmögliche Identifikation mit virtuellen Menschenfiguren herzustellen. Dies wird unterstützt durch den Import von natürlichen menschlichen Mustern in Form von Ganzkörperbewegungen und Mimikaufzeichnungen. Scannen, Motion bzw. Performance Capture einer realen Person, welches sich unter dem zukunftsträchtigen Sammelbegriff Digital Cloning verbirgt, zäh-

len zu noch nicht ausentwickelten Territorien. In Ansätzen beginnen digital höherentwickelte Synthetikmenschen das Sehen und Fühlen außerhalb des Spielfilms bereits zu verändern.

Ein digitales Model in der Werbung bringt heute nicht weniger Emotionen in die Arbeit ein, als es bei ihrem realen Pendant der Fall ist. [...] Wir haben mit erlebt, wie Virtual Idols in Japan als Spielehelden, Sängerinnen und Models einen kometenhaften Aufstieg erlebten [...]. Digitale Models [...] werden in den kommenden Jahren den Markt vollständig verändern. In Japan treten solche Virtual Idols [...] in Werbekampagnen für Autohersteller und Internet-Provider auf. Ihr Wirkungsfeld beschränkt sich nicht mehr nur auf die Computergrafik-Magazine (Wiedemann 2002: 12).

Die Animation von CG-Trickfiguren besitzt keine Starrheit eines Puppentricks. Der Computertrickfilm kann unter Berücksichtigung der nicht-linearen Interpolation eine glaubhaft simulierte Beweglichkeit vermitteln, die an die squash-and-stretch-Stilistik eines Cartoons aus der Tex-Avery-Produktion erinnert, verbunden mit einem Raumerlebnis, das sonst nur der live-action- oder Puppentrickfilm vermittelt. Figuren wie die lebendigen Quallen aus *Final Fantasy: The Spirits Within*, oder sich verwandelnde Ogers aus *Shrek* werden mit der Verortung im Raum erfahrbar gemacht. Dabei werden diese Figuren zu Vermittlern von Emotion und Vitalität. Der CG-Film verbindet beinahe die bildliche Authentizität eines Realfilms und die Spritzigkeit eines Zeichentrickfilms.¹ Seit *Shrek* werden laut Huschenbeth Anzeichen erkennbar, die im Zuge der expandierenden Emotionalität und Vitalität von synthetischen Figuren auf ein beginnendes Star-System hinauslaufen könnten: »Kein Wunder, die Kritiker und das Publikum waren sich [...] einig, Shrek, der grüne Held, wurde gefeiert wie die Ankunft eines neuen Messiahs« (Huschenbeth 2001: 230). Unterstrichen wird Huschenbeths Vorausschau durch die Tatsache, dass seit Ende 2005 Sullivan aus dem Film *Monsters, Inc.* der Pixar-Studios ein völlig neues Publikum begeistert – im New Yorker Museum of Modern Art (Beier/Hornig/Schulz 2005: 98). »Die Studiobosse in den USA haben längst aufgehört zu glauben, dass es nicht mehr soweit kommen würde. Virtuelle Schauspieler könnten vielleicht das Geschäft der Zukunft werden. Die Frage ist nur, wer holt künftig die Oscars ab, wenn denn welche zu vergeben sind« (Huschenbeth 2001: 230).

1 Der Sachverhalt wird in Kapitel 8 unter dem Aspekt der Hybridisierung näher erläutert.

