

ASSOZIATIVE FILMSPRACHE

Unsagbares in Bild und Ton erzählen

Magdalena Kauz, Barbara Weibel

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Magdalena Kauz/Barbara Weibel
Assoziative Filmsprache
Unsagbares in Bild und Ton erzählen
Praxis Film, 97
Köln: Halem, 2021

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2021 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-7445-1988-5

ISBN (PDF): 978-3-7445-1989-2

ISSN: 1617-951X

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter www.halem-verlag.de

E-Mail: info@halem-verlag.de

Umschlaggestaltung und Satz: Bureau Heintz, Stuttgart

Umschlagfoto: Magdalena Kauz (Paris Tuileries 2017)

Lektorat: Volker Manz, Rüdiger Steiner

Druck: FINIDR, S.R.O., Tschechische Republik

INHALT

Vorwort 10

A DER SPRUNG INS UNSAGBARE 15

- Warum unser Alltag schon lange assoziativ ist 16
- Für wen – warum dieses Buch? 18
- Herleitung assoziativ – babylonische Begriffe 19
- Eine kleine Leseanleitung – was heißt hier ‚Film‘? 22
- Ein erstes Beispiel 24

B SEQUENZARTEN: ERZÄHLEND, BEGRIFFLICH, ASSOZIATIV 27

- Annäherung an eine Systematik – die filmische Sequenz 28
- Die klassische erzählende Sequenz – lineare Kontinuität 31
- Warum drei oder fünf Einstellungen – und nicht zwei? 35
- Es geht natürlich ohne Schnitt – die Plansequenz 36
- Warum das nicht genügt – die Welt besteht nicht nur aus Reportage 38
- Andere Kommunikationsarten – andere filmische Mittel 39
- Die begriffliche Sequenz – ohne wird’s nicht assoziativ 40
- Putzen, putzen, putzen – die ästhetische Kontinuität 44

C **SYMBOLBILD UND ASSOZIATIVE SEQUENZ** **49**

- Wie sich Filmbilder gegenseitig beeinflussen – alles ist Kontext 50
- Drei Bildladungen – und eine Rose 54
- Symbolbild, Themenbild, Bildteppich –
wortwörtliche Hilflosigkeit 58
- Rechtliche Folgen – wenn die Macht der Bilder
die Macher*innen überrollt 62
- Bewusst anders – assoziativ-atmosphärische Montagen 63
- Drei filmsprachliche Methoden – drei Pinsel 68

D **ABSTRAKTES KONKRETISIEREN** **73**

- Übersicht Anwendungsgebiete – assoziativ umzingelt 74
- Politik & Co – aus Schwarzbrot Kuchen machen 76
- Explainer – die wiederauferstandene Königsdisziplin 82
- Match Cut – kleine handwerkliche Vertiefung 91

E **UNSAGBARES INTERPRETIEREN** **95**

- Ausflug ins Philosophische – warum unsagbar? 96
- Nachgestellt – Vergangenes in die Gegenwart zurückholen 97
- Investigativ – Bilder finden, wo es keine gibt 99
- Vertiefung Split Screen – die Kunst des Vielschichtigen 106
- Apropos Tabu – Achtung Emotion! 109
- Essay – ganz schön subjektiv 114
- Eine Cousine des Essays – die Satire 117

F **INNENLEBEN VISUALISIEREN** **125**

- Die betrunkene Filmsprache – psychische und
physische Zustände 126
- Besondere Zustände – der Blick in die Wunde 128
- Eine Frage des Plots – gefühlte Realität 131
- Ausnahmezustand – Assoziatives aus dem Brutkasten 135
- Noch ein Ausnahmezustand – Systemsprenger 140
- Zurück in die Zukunft – Erinnerung und Vision 143

G STIMMUNG KOMPONIEREN 149

- Titelsequenzen – in die richtige Stimmung bringen 150
- Stop Motion – warum Magie wirkt 158
- Ein fast vergessener Magier – Slavko Vorkapich 161
- Au contraire – Jean-Luc Godard 165
- Was hat der Videoclip ausgelöst – Befreiung oder ‚anything goes‘? 169
- Die Clipsprache – assoziativer geht’s nicht 172
- Visual Jockeys – von der Kunst in die Tanzhalle und zurück 177
- Der Vormarsch der Visuals – assoziative Tapeten 180
- Denkpause – Zeit zum Verdauen 181
- Assoziative Stilmittel – eine unendliche Palette 183

H WAHRNEHMUNG VON BEWEGTBILD 189

- Assoziative Filmsprache – warum funktioniert das? 190
- Verarbeitung und Aufmerksamkeit – das Tor zur Erkenntnis 190
- Handlungen und Menschen – warum das Assoziative sie oft nicht braucht 195
- Zwei Arten der Wahrnehmung – und die Gefühle 196
- Zwischen Langweile und Überforderung – der perfekte Flow 199
- Ein Gehirn, das nie ruht, sondern assoziativ ist – Mindwandering 200
- Ein Spezialfall, der gar keiner ist – lange Einstellungen 202

I OFF-KOMMENTAR 211

- Der Off-Kommentar – eine Zumutung für die Wahrnehmung? 212
- Verhältnis Bild-Text – une liaison dangereuse 216
- Hinderliche Beziehungen – die Bild-Text-Schere 217
- Rhythmus und Pause – Luft für Wahrnehmung 221
- Off-Kommentar im Bild – der neue digitale Normalfall 223

J TON UND FARBE 229

- Ton bewegt – oder: mehr als die halbe Miete 230
- Echt oder falsch – wie tönt ein Fußballmatch? 234
- Audiovisuelles Zusammenspiel – drei Arten von Ton 236
- Musik – nicht immer das passende Geräusch 240
- Stille – die Pause des Tons 242
- Von Klangfarben zu Farbtönen 244
- Unbunt – aber farbig 248

K KREATIVE METHODEN 253

- Ideenstau – warum Bilder nicht auf der Straße liegen 254
- Je abstrakter das Thema, desto steiler die Straße 256
- Gehirnjogging ohne Zensur – Brainstorming-Methoden 258
- Vom guten Klauen – und von Bilddatenbanken 262
- Wie plump darf es denn sein? Kleines Lob der Stereotype 264
- Assoziative Filmsprache lernen – Sideline 264

L DRAMATURGIE UND BEST OF 267

- Makrostruktur und Mikrostruktur – wie baut man assoziative Sequenzen ein? 268
- Play it again – unsere 10 Besten! 272
- Zum Schluss – Zukunftsmusik und doch nie fertig 273
- Dank 276

X ANHANG 279

- Bildnachweis 280
- Nachweis Großzitate 280
- Literatur 282
- Online-Artikel 288
- Filmliste (alphabetisch) 290
- Index 293



DER SPRUNG INS UNSAGBARE

- 16 Warum unser Alltag schon lange assoziativ ist
- 18 Für wen – warum dieses Buch?
- 19 Herleitung assoziativ – babylonische Begriffe
- 22 Eine kleine Leseanleitung – was heißt hier ‚Film‘?
- 24 Ein erstes Beispiel

Warum unser Alltag schon lange assoziativ ist

Wir sitzen in einer Bar, einer dieser coolen, großzügig gestylten modernen Bars mit hohen Räumen, unweit der Wiener Oper. Hinter der Bar Regale mit vielen Flaschen, darüber zahlreiche elegante Lampen.

An den Wänden, ganz Kontrast und typisch für Wien, barock gemusterte Damast-Tapeten und drei ebenso üppige, hochformatige Bilderrahmen. Darin keine Sissi-Fotos oder gemalte Wiener Motive, wie man es erwarten könnte, sondern Videobilder. Eine geslowte Tänzerin, Detailaufnahmen ihres tanzenden Körpers sind vermischt mit Außenansichten der Oper. Alles sehr langsam, sehr lange überblendet, manchmal über schwarzblaue Farbtäucher und wechselweise über die drei Monitore verteilt (Videoaufnahme der Installation: [Link 1](#)).

So sieht heute eine Einladung zum Tagträumen aus: Wo früher Gemälde oder Fotos die guten alten Zeiten und den Kunstgenuss beim Kaffeetrinken beschworen, sind es nun laufende Video-Bilder. Das bewegte Bild ist in unserem Alltag omnipräsent – schon allein durch unsere Smart-



Abb. 1: Video barock – Screens im Hotel Motelone nahe der Wiener Oper.

phones, die wir ständig vor uns hertragen und die, nebenbei, den Sieg der Hochformat-Videobilder vorbereiten, was bis vor einigen Jahren noch undenkbar war! Wir lassen uns berieseln durch Bewegtbilder aller Art. Und da große Screens immer erschwinglicher sind – es ist nur noch ein kleiner Schritt bis zum ehemals futuristisch anmutenden Hologramm –, werden auch im Außenraum Flächen mit Bewegtbild bespielt. Dabei vermischen sich die Arten immer mehr: Videobilder, animierte Fotos, gezeichnete Animationen. All diese Bilder können unterdessen nicht nur leicht beschafft werden, sie sind teilweise komplett digital hergestellt. Manchmal braucht es dazu nicht einmal mehr eine Kamera – ein Tablet und einige Kenntnisse in entsprechenden Programmen genügen. Etwas, das wir Macher*innen uns vor rund 30 Jahren nie hätten träumen lassen, als wir erst mit 16-Millimeter-Filmen, dann mit schlecht aufgelösten Videoformaten das Filmen und Schneiden begannen.

Wir sind uns dessen meist nicht bewusst, aber es gibt viele Tagtraumbilder, die wir erleben, so, wenn wir auf einer Zugfahrt aus dem Fenster schauen und ins Sinnieren kommen. Der Film im Kopf, der sich Bewusstseinsstrom nennt und auf den wir später detaillierter zu sprechen kommen, ruht nie. Und dabei findet viel mehr statt als die Konzentration auf das



Abb. 2: Blick aus dem Zug – aus einem TGV in Hochgeschwindigkeit.

**„Nichts ist das,
was es notwendigerweise
zu sein scheint.“**

DIALOGZITAT AUS DEM FILM *VERSCHWÖRUNG IM BERLIN EXPRESS*, 2003

Gegenwärtige. „Das Bewusstsein befindet sich in fortwährender Veränderung“ (James 1909: 149). Das Medium Film eignet sich besonders gut als Projektionsfläche, um Menschen zum Träumen zu bringen, aber ebenso, um Träume darzustellen. Das Medium ist enorm vielschichtig, wandelbar, mitunter aber auch für den Betrachter ambivalent interpretierbar, nie eindeutig.

Für wen – warum dieses Buch?

Wir fokussieren vor allem auf die Gestaltungs- und inhaltlichen Anwendungsmöglichkeiten im Assoziativen. Wir richten uns vor allem an Menschen, die bereits Filme machen (Cutter*innen, Kameraleute, Regisseur*innen, Journalist*innen, Mediengestalter*innen etc.) oder an solche, die es lernen und lehren.

„Wer scheitern möchte, versuche es mit der Einordnung von Bildsprache in verbale Systeme“, sagt Kerstin Alexander im *Kompendium der visuellen Information und Kommunikation* (Alexander 2007: 1), und Christian Metz in seiner *Semiologie des Films* formuliert lakonisch: „Ein Film ist schwer zu erklären, weil er leicht zu verstehen ist“ (Metz 1972: 51). Warum versuchen wir es trotzdem? Wie viele Male im Fernsehalltag erleben wir, dass wir Macher*innen zusammen mit unseren Auszubildenden händeringend vor Situationen stehen, in denen wir Bilder suchen zu Themen, für die es scheinbar keine gibt. Beispielsweise zu Themen wie ‚Renten-Reform‘.

Aus diesem Fernseh-Alltag heraus haben wir unsere Thesen und Arbeitsmethoden zur assoziativen Bildsprache entwickelt.

Es gibt Medienschaffende, die immer wieder behaupten, gewisse Themen könne man nicht filmisch umsetzen. So erklärt Heiner Gautschi, Mitbegründer und Moderator des Schweizer Politmagazins *Rundschau* im Film *Die Fernsehfabrik* (1973): „Nehmen Sie das Thema ‚Finanzausgleich‘ [...] da war einfach nichts zu machen, das ist so ein abstrakter trockener Stoff, dass ich sage: Das ist ein Thema, das einfach nicht geht, das lässt sich im Fernsehen nicht behandeln“ (Gautschi 1973).

Eine andere oft gehörte Aussage, mit Seufzen vorgetragen von Kolleg*innen, manchmal sogar von Menschen, die selbst Film lehren, hat uns immer mal wieder richtiggehend auf die Palme gebracht: „Diese trockenen News-Sachen, da kann man halt nur Radio mit Bild machen.“ Wir widersprechen dem energisch und sagen: Jedes Thema lässt sich in Bildern erzählen. Ja, es gehört sogar zu den nobelsten Aufgaben aller Medienanstalten, die etwas auf ihre publizistische Kompetenz halten, gerade sogenannte ‚trockene‘ Themen und komplexe Geschichten (die ja mitunter die wichtigsten sind) verständlich und attraktiv mit den richtigen Bildern und Tönen zu erzählen. Unser Buch soll ein engagierter Beitrag zu diesem Credo sein. „Unsagbares in Bild und Ton erzählen“, wie der Untertitel dieses Buches heißt, ist eine kleine Provokation, denn das Unsagbare meint letztendlich das, was man nicht so einfach ‚zeigen‘ kann oder worüber man nicht so leicht reden kann. Dazu zählen wir sowohl Abstraktes als auch menschliche innere Zustände wie Angst, Stress, Glück. Das Unsagbare lauert ebenso im filmischen Handwerksalltag, wo die Kommunikation im Filmteam manchmal scheitert.

Herleitung assoziativ – babylonische Begriffe

Unter dem Titel ‚Assoziative Bild- und Tonsprache‘ unterrichten wir seit über 20 Jahren den Inhalt, um den es hier geht. Wir haben uns seit Längerem für die Bezeichnung ‚Assoziative Sequenz/Filmsprache/Montage‘, entschieden, weil für uns das Wort ‚assoziativ‘ der treffendste Überbegriff für eine spezielle Form der Sequenzgestaltung ist, die sich eindeutig von

anderen Sequenzarten unterscheidet. Unser langjähriger Lehrmeister Peter Züllig entwickelte bereits aus dem Begriff ‚Clipsprache‘ die ‚assoziative Montage‘. Peter Züllig, Fernsehjournalist und Mediendozent, lehrte diese Sprache in den 1980er-Jahren beim SRF als neues Phänomen einer modernen Film- und Videogestaltung. Auf seiner Basis haben wir die assoziative Filmsprache weiterentwickelt.

In der Literatur über Musikvideos hat sich der Begriff der assoziativen Montage bisher am hartnäckigsten durchgesetzt (Jost/Neumann-Braun/Schmidt 2010, Fahlenbrach 2019). Es gibt einige weitere Theoretiker*innen, die den Begriff ‚assoziativ‘ ähnlich verwenden, so der dänische Filmkognitionsforscher Torben Kragh Grodal, der den Begriff ‚lyrisch-assoziativ‘ verwendet (Grodal 1999). Die Züricher Filmwissenschaftlerin Barbara Flückiger spricht ebenfalls von ‚assoziativer Montage‘ (Flückiger 2011: 134). Pierre Kandorfer verwendet den Begriff ‚Assoziationsmontage‘ (Kandorfer 2010: 219) und Christian Iseli übersetzt den Begriff ‚poetic mode‘ (eines der Strukturierungsprinzipien im Dokumentarfilm nach Bill Nichols) mit ‚assoziativ‘ (Iseli 2018).



Abb. 3: Die Suche nach dem Begriff für etwas schwer Fassbares.

Ein Blick in die Filmliteratur zeigt, dass es zahlreiche Begriffe gibt, die in unseren Augen ähnlich verwendete Montageformen beschreiben: Sie heißen beispielsweise ‚Attraktionsmontage‘, ‚intellektuelle Montage‘ (Eisenstein), ‚diskursive Montage‘ oder ‚verbindende Montage‘ (Amiel), ‚Collage‘ (Kreutzer), ‚Bricolage‘ (Bordwell), ‚Multiple‘ (Hagener) oder ‚symbolische Montage‘ (Bondebjerg), ‚symphonische oder konstruktivistische Montage‘ (Beller), ‚irrationaler Schnitt‘ (Deleuze), ‚expressive Form‘ (Mikunda), ‚analytische Montage‘ (Vorkapich) oder – nach Letzterem benannt, auf den wir noch zu sprechen kommen – der ‚Vorkapich-Effekt‘ oder die ‚Hollywood-Montage‘ (Brinckmann, Vonderau). Da und dort wird der einfache Begriff ‚Montage-Sequenzen‘ (Höf, Kamp) verwendet. In neuerer Zeit kamen Begriffe wie ‚MTV-Style-Editing‘ (Dancyger, Bruns) oder ‚Eventmontage‘ (Speckenbach) auf – insgesamt also ein eher unübersichtliches Sammelsurium.

Wir vermuten einen Grund dafür: Die assoziative Filmsprache ist eines der komplexesten und reichsten Instrumente der Filmsprache, aber ebenso schwer zu fassen, oder es ist etwas, wie es die Filmwissenschaftlerin Barbara Flückiger ausdrückt, „das symptomatisch ist für einen Bereich, der sich erstens mit Sprache nicht wirklich erschließen lässt und zweitens in der Filmwissenschaft chronisch untertheoretisiert ist – sicherlich bedingt durch das fundamentale Unvermögen der Sprache, sinnliche Qualitäten in ihrer breit gefächerten Reichhaltigkeit zu fassen und zu vermitteln“ (Flückiger 2011: 141).

Wir versuchen nun, mit diesem Buch – und sei es noch so schwer – einen Beitrag dazu zu leisten, dass eines der stärksten filmischen Sprachmittel klarer umrissen, handwerklich fassbar und somit in der Praxis alltagstauglich anwendbar wird. Wir kommen eindeutig aus dem journalistischen Kontext, in dem es letztlich primär darum geht, Inhalte umzusetzen. Wir beziehen unseren ‚Stoff‘ vor allem aus jahrzehntelanger Praxis und Lehre zu diesem Thema.

Sergej Eisenstein plante 1929 das *Kugelförmige Buch* als große Hommage an das Thema Montage (Bulgakowa in Beller 1993/2005: 68). Dieses Buch sollte nicht nur kugelförmig sein, sondern auch so gelesen werden: mehrdimensional, vielschichtig, nicht linear. Von genau einem solch runden Buch und seiner Lesart träumen wir auch. Keinesfalls möchten wir unser Buch als reine Lehre oder gar der Wissenschaft letzten Stand des Irrtums verstanden wissen. Jede Definition, die wir neu oder wieder lesen

und entdecken, schärft unser Verständnis dafür, dass die absolute Wahrheit vielleicht nie gefunden ist. Dazu ist diese Kunstform einfach zu jung und zu kreativ, finden wir. Insofern dürfen unsere Definitionen gelesen und frisch diskutiert werden. Wir sind vielen Spuren nachgegangen, so wissenschaftlichen, aber auch Gespräche mit Filmkolleg*innen haben uns weitergeholfen, ebenso wie manch zufällige Glücksfunde an Filmen oder Texten dazu. Wir sehen uns ebenso als begeisterte filmische Handwerkerinnen wie als Lehrende und selbst Lernende.

Eine kleine Leseanleitung – was heißt hier ‚Film‘?

Wenn wir im Folgenden von Filmsprache oder filmischer Umsetzung sprechen, meinen wir nicht Film als technisches Trägermedium, etwa in Abgrenzung zu Video. Mit filmisch meinen wir das gestalterische Handwerk und die Wirkungsmechanismen, die letztendlich jeglichem Einsatz von Bewegtbild zugrunde liegen. Diese grobe Vereinfachung sei uns erlaubt, denn wir sind überzeugt, dass es in der heutigen Flut von Bewegtbild-Medien keine Rolle mehr spielt und auch nicht mehr eindeutig festzustellen ist, wessen technischen Ursprungs sie sind.

Wir versuchen, der Vielschichtigkeit der assoziativen Filmsprache gerecht zu werden, indem wir eine möglichst breite Palette von Anwendungsbeispielen anführen. Diese haben wir in vier Funktionen unterteilt, welche die assoziative Filmsprache erfüllt: Abstraktes, Unsagbares, Innenleben, Stimmung (siehe Abb. 4). Mögliche Anwendungsgebiete und -formen ordnen wir lose zu, da sie oft mehreren Funktionen zugeordnet werden können (mehr dazu in Kapitel D bis G). Wir wechseln in unseren Ausführungen von der professionellen Betrachter-Seite oft auf die Seite der Macher*innen, mitunter auch auf die Seite der (nicht immer zufriedenen) Betrachtenden. David Bordwell bringt es so auf den Punkt: „Nicht alle Zuschauer sind Filmemacher, aber alle Filmemacher sind Zuschauer“ (Bordwell 1992: 7). Jede*r Filmemachende (sei es dokumentarisch oder fiktional) hat ein Kommunikationsziel, und wenn er oder sie das erreichen will – und dabei publizistisch korrekt bleiben will im dokumentarischen Bereich –, dann muss sie oder er das Instrument, auf dem gespielt wird,

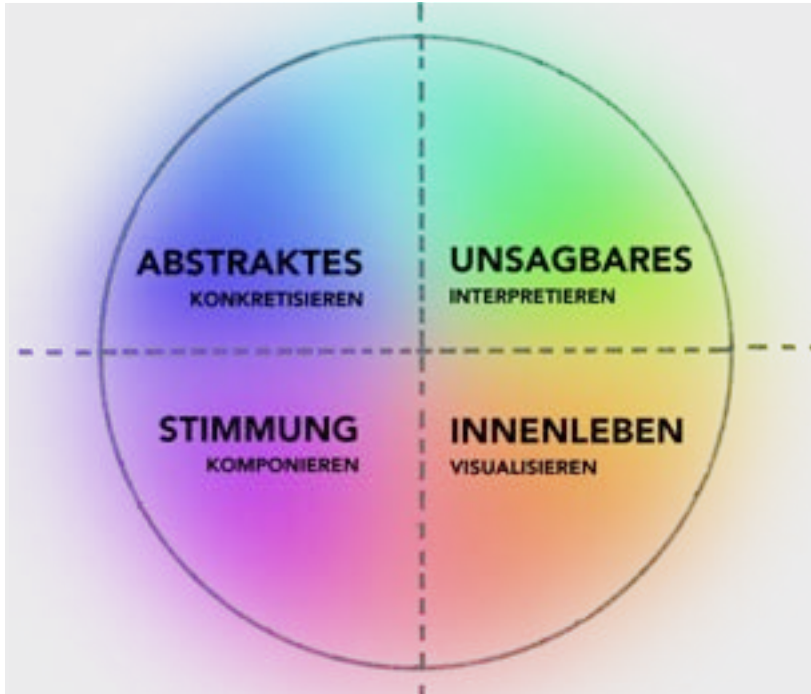


Abb. 4: Vier Funktionen und mögliche Anwendungsgebiete des Assoziativen.

kennen. Wir bieten dazu Tipps und Checklisten an und am Ende zu jedem Kapitel gibt es eine kurze Zusammenfassung.

Links sind im Buch folgendermaßen gekennzeichnet: **Link 1**. Sie sind im E-Book aktiv hinterlegt. Für die Leser*innen des gedruckten Buches gibt es auf <https://www.halem-verlag.de/assoziative-filmsprache/> eine Liste aller Links von Filmen und Filmausschnitten, die im Buch vorkommen. Dort können auch Links zu den auf S. 288 angegebenen Online-Artikeln heruntergeladen werden.

Ein erstes Beispiel

Bleiben wir noch ein wenig an der Bar und schauen der Tänzerin zu. Wie ist das gemacht? Zeit für die genauere Beschreibung dieser Sequenz: In diesen Sequenz-Mustern, die wir lose in vielen Kapiteln anführen, versuchen wir, den Macher*innen Anwendungsbeispiele zu geben. Dazu beschreiben wir fallweise Variationen. Wir unterscheiden dabei den Inhalt, die Wirkung und das Handwerk. Dies soll dem Umstand Rechnung tragen, dass assoziative Filmsequenzen unendlich variiert werden können, dass mit demselben Material – aber anders montiert – verschiedene Wirkungen erzeugt werden können. Wie Strickmustervorlagen beschreiben wir jeweils die angewandten Schnitt- und Effektmethoden. Hier also die Tänzer*innen und die Wiener Oper:

Anstelle der drei Monitore im Goldrahmen könnte diese Bildsequenz auch z. B. in einem TV-Studio als Hintergrund der Moderation stattfinden, etwa im ORF-ZIB Studio (das Bildhintergründe verwendet) oder im 10-vor-10-Studio des SRF (in dem sich ein dreiteiliger Screen im Hintergrund der Moderator*innen befindet). Die Dreiteilung in drei Rahmen/Monitore bedient sich der Methode Split Screen. In den Kapiteln über Anwendungen werden wir zahlreiche solche Sequenzmuster vorstellen, in den nächsten zwei Kapiteln geht es aber zuerst einmal um die Systematik.



Abb. 5: Ein Ort zum Chillen – im Hotel Motelone nahe der Wiener Oper.

[Link 1](#)

Sequenz	Die hochformatigen Bilderrahmen an der Bar zeigen abwechselnd Aufnahmen der Oper, einer Tänzerin etc. (siehe Abb. 1)
Wirkung	Träumen vom Sehnsuchtsort Oper, Versinken in die Magie des Tanzes, Schönheit, Kunststadt Wien.
Handwerk	Farbliche Entsättigung der Bilder, farbige Überblendungen, Split Screen, kein Ton (abgesehen vom typischen Bar-Soundteppich, den Geräuschen der Bar). Animierte Standbilder (Front der Oper, von oben nach unten fahrend), Opernfassaden, Treppenaufgänge, entsättigt und ins Bläuliche verfärbt, werden über tiefes Blau geblendet. Auf den anderen beiden Screens dazu wechselnde Video-Ausschnitte einer Tänzerin, extrem geslowt, zum Teil extreme Großaufnahmen, ebenso ins Bläulich-Violette eingefärbt. Die Blenden über Blau sind so lange, dass manchmal ein Screen gleichsam leer bleibt. Die Schnitte sind nie gleichzeitig auf allen drei Screens, sondern wechseln sich mal schneller, mal langsamer ab.

Zusammenfassung

- Das Kapitel führt ein in den Zweck und die Inspiration für dieses Buch: geschrieben von Macher*innen für Macher*innen (in Film, Journalismus, Werbung).
- Die Herleitung des Titels, des Begriffs ‚assoziative Montage‘ und zahlreiche alternative Begriffe werden angesprochen.
- Wir erläutern ein erstes Beispiel von assoziativer Bildsprache aus dem Alltag. Es benutzt das Mittel Split Screen, d. h., die Bildfläche ist aufgeteilt. Verschiedene Bilder bewegen sich gleichzeitig auf mehreren Screens – eine der Möglichkeiten, assoziative Sequenzen zu montieren.