

Medienspezifische Strategien: Möglichkeiten und Herausforderungen

Storytelling, Erzählperspektiven und Raumerfahrung in 360°-Videos

Christoph Straube und Joseph Lanzinger
AdBK Nürnberg/LEONARDO – Zentrum für Kreativität und Innovation

Einführung

Im Gegensatz zum traditionellen Film bieten 360°-Videos Betrachter:innen die Möglichkeit, stark in das Geschehen einzutauchen und ihre Aufmerksamkeit nach Belieben auf Details innerhalb einer Szene zu richten, da es keine Bildbegrenzung gibt und der gesamte Raum gleichzeitig erfahrbar ist.

Das stellt jedoch eine Herausforderung an Autor:innen von 360° Videos dar, wenn wesentliche Informationen vermittelt werden sollen. Geeignete Mittel müssen erarbeitet werden, um Aufmerksamkeit zu steuern. In der Planung eines traditionellen Films wird gewöhnlich mit Storyboards gearbeitet, in denen die Abfolge von Inhalten aus Kamerapersicht dargestellt wird. Das funktioniert in 360°-Videos nicht mehr, da alle Geschehnisse gleichzeitig ablaufen. Es gibt kein *behind the scenes*, bei der Produktion kann nur in einem gewissen Umfang mit geläufigen Mitteln wie Schnitt und Kamerabewegung gearbeitet werden.

360°-Videos einer öffentlich-rechtlichen Produktion

Eine Anwendung neuer Strategien bei der Produktion von 360°-Videos zeigt ein Beispiel der Doku-Reihe *History 360°* des ZDF. Die Aufmerksamkeit wird mit Mitteln wie 360° Surround Ton und Agieren der Erzählpersonen auf informative Inhalte und Geschehen gelenkt:

ZDF History 360°

<https://history360.zdf.de/>
(abgerufen am 29.07.2024)

In dem *Making-of* dazu sprechen Projektbeteiligte und Schauspieler:innen über Herausforderungen während der Entstehung der Reihe, wie zum Beispiel sehr getaktetes Handeln und Agieren mit 3D-generierten Objekten, die erst in der Postproduktion hinzugefügt werden:

Über History 360°

<https://history360.zdf.de/ueber-zdf-history-360>
(abgerufen am 29.07.2024)

Ein Beispiel aus dem Journalismus

Journalistischen Inhalten kommt die Eigenschaft von 360°-Videos zugute, durch Sicht auf die ganze Umgebung und Gleichzeitigkeit des Geschehens eine sehr objektive Beobachtung zu ermöglichen.

Die erste 360-Grad-Videodokumentation *The Displaced* der New York Times von 2015 untersucht die globale Flüchtlingskrise anhand der Geschichten von drei Kindern.

In ruhigen, in sich abgeschlossenen Szenen geht es um freie Beobachtung, das eigene Erkunden ist gewünscht. Text als informativer Inhalt wird für eine beliebige Orientierung der betrachtenden Person eingeblendet:

The Displaced: Introduction

<https://www.nytimes.com/2015/11/08/magazine/the-displaced-introduction.html>
Trailer auf *YouTube*: <https://www.youtube.com/watch?v=ecavbpCuvkl>
(abgerufen am 29.07.2024)

Forschungsgruppe *Visual Narrative* der Hochschule Luzern

In Zusammenarbeit von SRG SSR und der Forschungsgruppe *Visual Narrative* der Hochschule Luzern – Design Film Kunst wurden Planungsgrundlagen und Qualitätsstandards für 360°-Produktionen untersucht. Die Webseite *Erzählen im 360° Film* der Forschungsgruppe bietet einen umfassenden Überblick über Entwicklung und Produktion von 360°-Videos.

Hochschule Luzern – Design Film Kunst *Forschungsgruppe VISUAL NARRATIVE*

<https://www.360storytelling.org/de/home>
(abgerufen am 29.07.2024)