

Das Riechen in “Das Parfum”

Geruchsempfindungen sind im Kino selten. Geruch selbst kann nicht als klarer Gegenstand ausgemacht mit festen Umrissstrukturen werden. Er ist aufgrund seiner zeitlichen Flüchtigkeit nur schwer fassbar. Zudem ist unserer Geruchssinn in der hierarchischen Ordnung der Sinne der modernen westlichen Kulturen abgeschwächt. Riechen scheint somit weniger kooperativ und übersetzbar, besonders hinsichtlich der schwachen Verbindung zwischen Sehsinn und Geruchssinn.

Fokussierung und Annäherung an das Objekt:

- Es gibt viele **Detailaufnahmen**. Da die Nase ein Sinnesorgan ist, das Dinge überwiegend nur in kurzen Abständen wahrnimmt, wird ein optischer direkter sinnlicher Kontakt zum Objekt hergestellt.
- Durch die extremen Detailaufnahmen entsteht eine hyperreale Bildlichkeit. Das eigene Seherlebnis wird übersteigert und fast zum Geruch. (Es ist mehr als Sehen, aber weniger als Geruch. Es besteht eine Ambivalenz zwischen Geruch und fast Geruch.)





















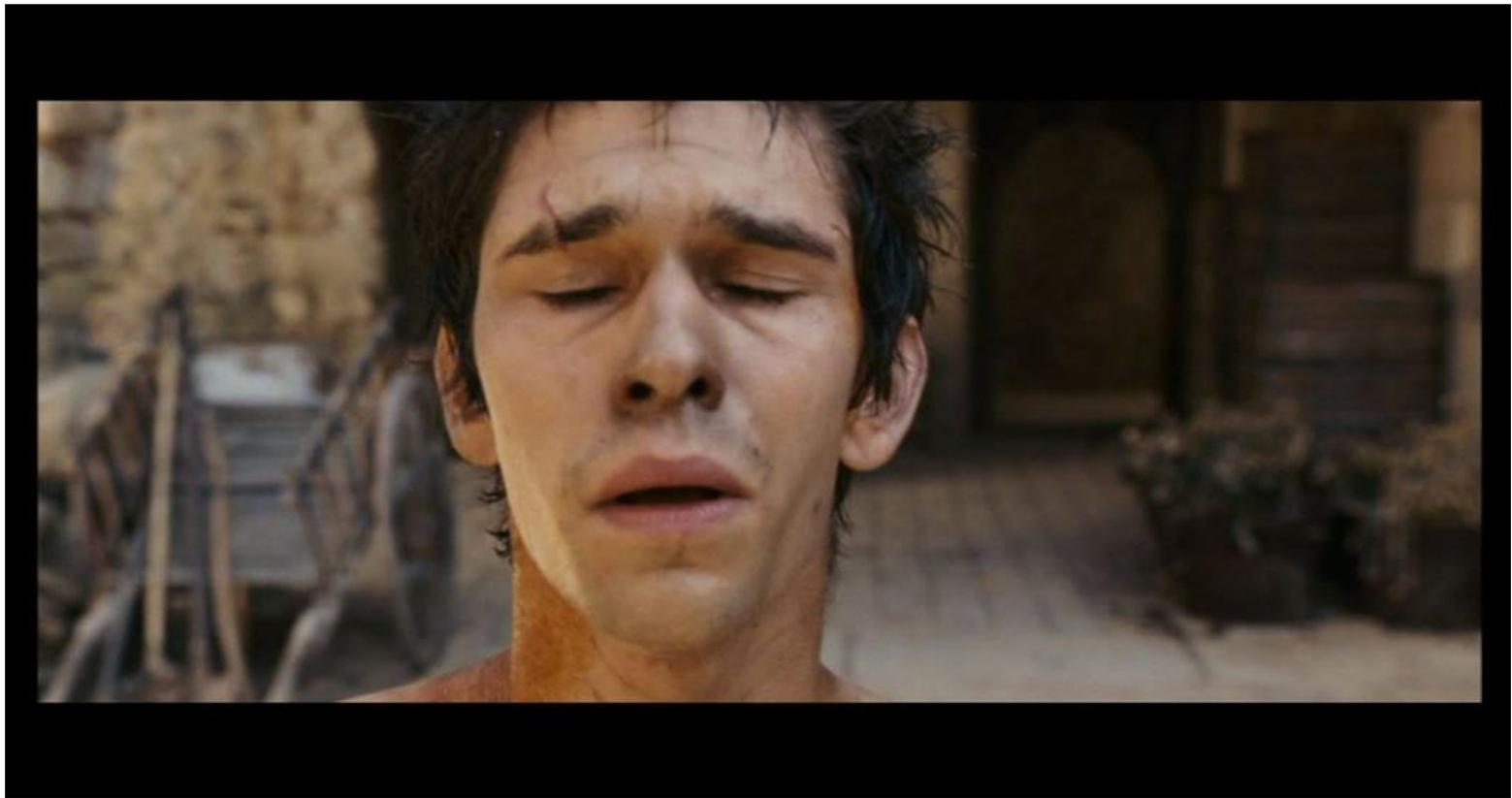


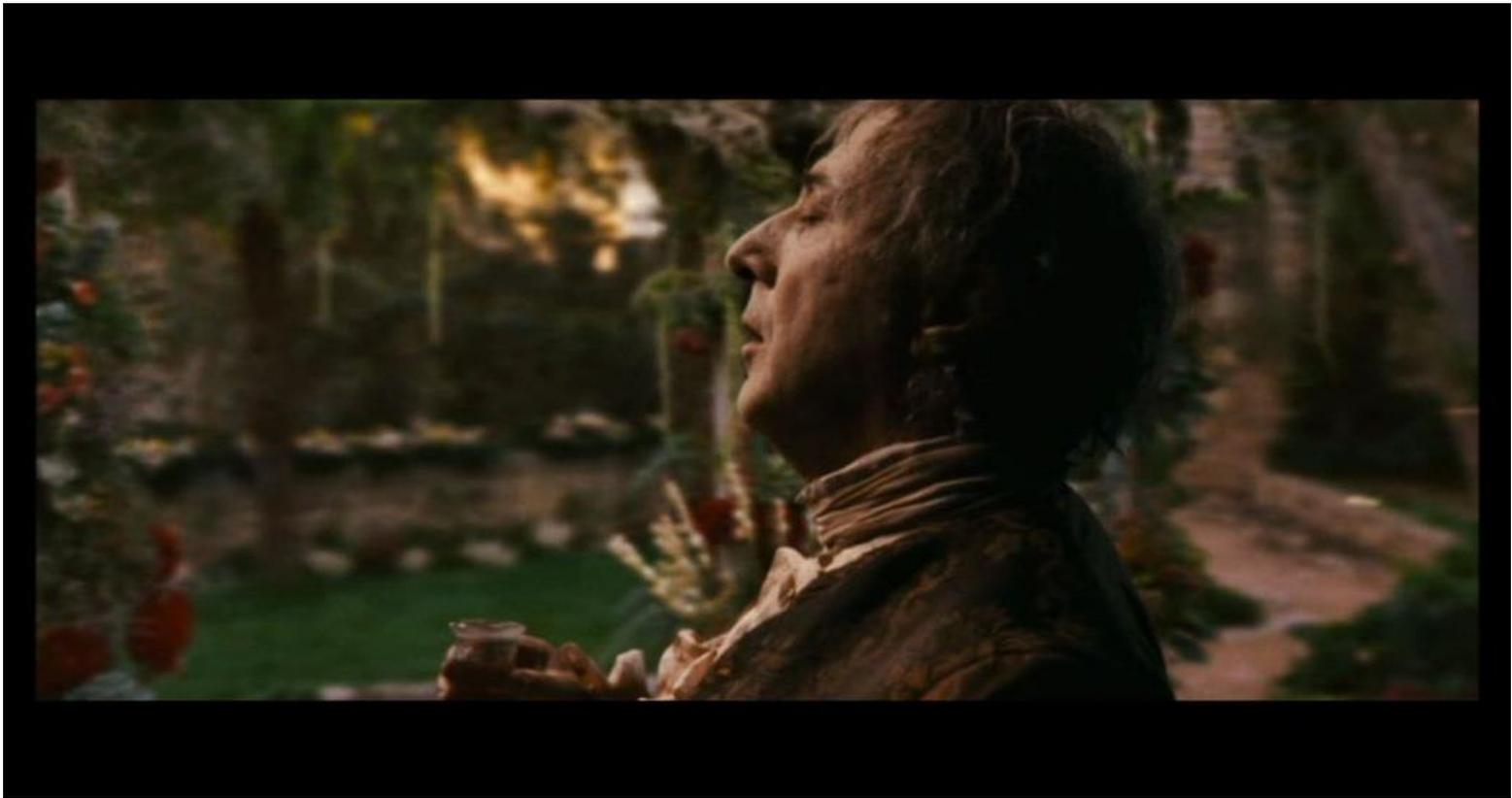
Visualisierung des Riechakts:

- Das Riechen selbst wird durch Konzentration auf die Nase, die schnüffelt, sich aufbläht und Gerüche einatmet visualisiert. Durch eine Identifikation mit dem Charakter identifiziert man sich ebenfalls mit dem Akt des Riechens

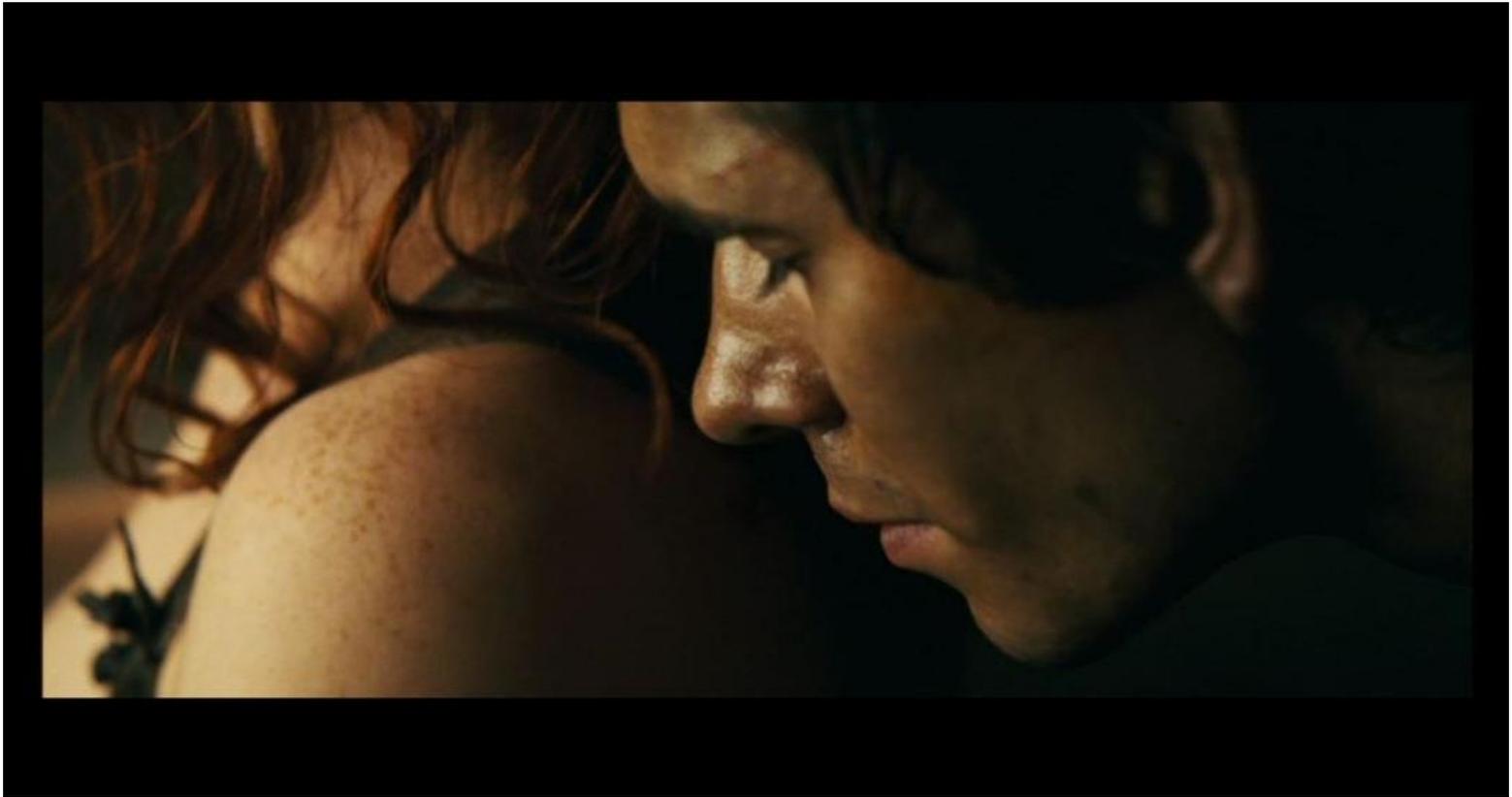








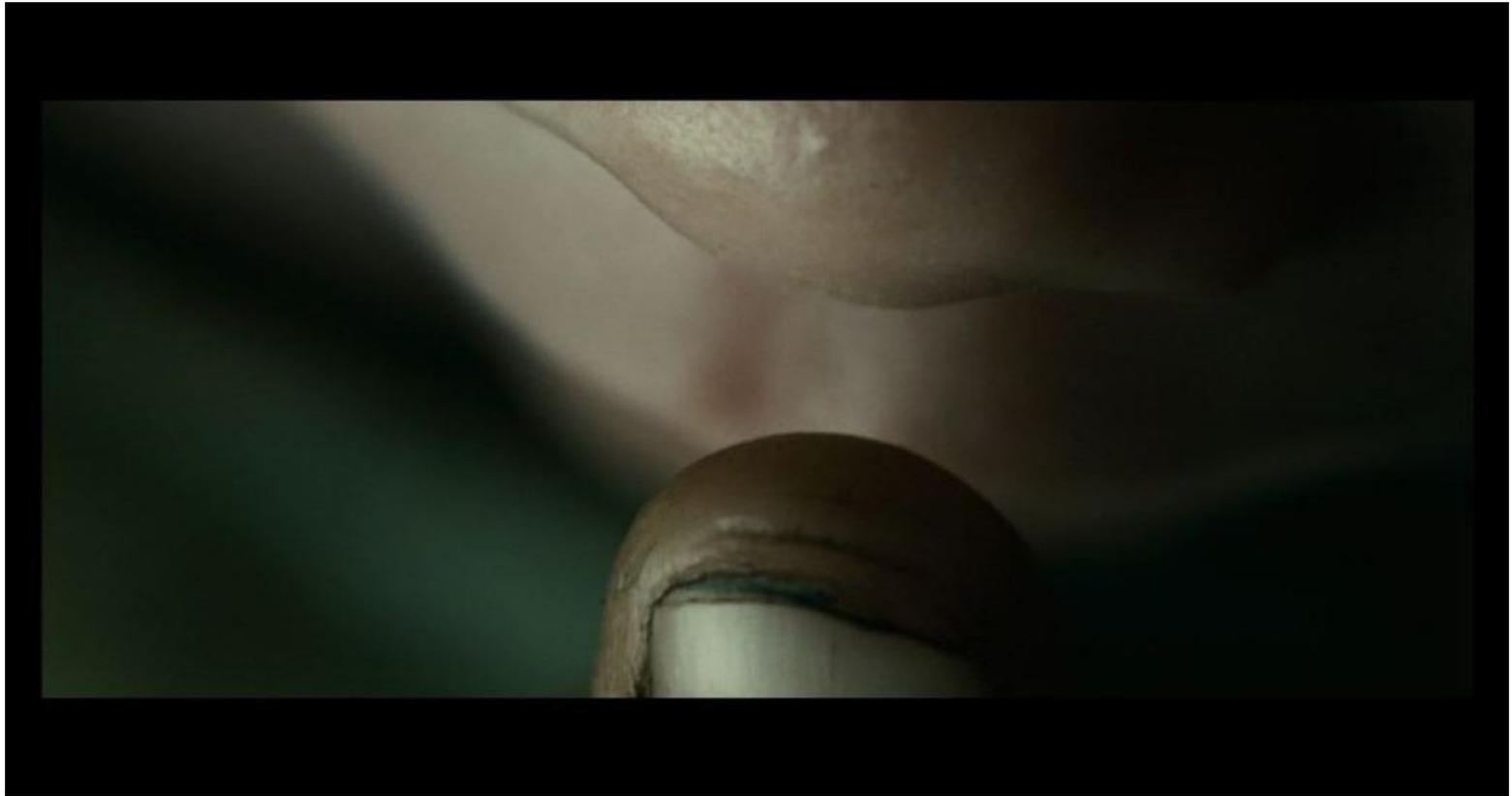






Detailaufnahmen von der Nase

- Die Nase wird oft aus der Detailansicht gezeigt, um den Akt des Riechens ins Zentrum zu rücken und zu verdeutlichen. Anstelle des Auges und der okularen Wahrnehmung wird die olfaktorische Wahrnehmung betont. Oftmals ist auch die Nase zu sehen und das Errochene Objekt wird langsam eingeblendet, um zu zeigen welcher Geruch wahrgenommen wird.







Lebendige Farben, Kameraführung und hohe Schnittfrequenz

- (Detail)Bilder folgen in schneller Abfolge nacheinander, um die plötzliche Wahrnehmung von Gerüchen zu verdeutlichen (z.B. Fischmarktszene), die allesamt miteinander vermischt sind.

Voice-Over

- Im Voice-Over wird die Konzentration auf das Riechen und Gerüche gelenkt, indem sie beschrieben werden.

Verstärkter Einsatz von Ton

- Insgesamt tragen Ton, Bilder und Kameraführung dazu bei, die Atmosphäre der olfaktorische Welt herzustellen. Das Gefühl der Gerüche wird eingefangen. (Beispiel: Baldini riecht an Grenouilles Parfum). Geruch wird dadurch als affektive Qualität wahrgenommen, indem gezeigt wird wie Grenouille sich fühlt, wenn er riecht.

MIT OpenCourseWare
<http://ocw.mit.edu>

21G.412 Advanced German Literature & Culture: Madness, Murder, Mysteries
Fall 2014

For information about citing these materials or our Terms of Use, visit: <http://ocw.mit.edu/terms>.