

# Inhalt

## **Zur Einleitung**

1	An die Leserinnen und Leser .....	13
2	Zum wissenschaftsgeschichtlichen Hintergrund .....	14
3	Filmtheorie und Analyse .....	16
4	Zur ersten Fassung .....	17
5	Zum Neuansatz .....	19

## **TEIL I Zu Analyse- und Filmtheorie**

1	Voraussetzungen und methodische Grundlagen .....	23
1.1	Analyse und Subjektivität .....	23
1.2	Film und Zuschauer .....	25
1.3	Filmanalyse als Kommunikat-Analyse .....	27
2	Film .....	30
2.1	Filmanalyse und die Intersubjektivität der verwendeten Zeichensysteme .....	30
3	Film als besonderer „Text“ – Möglichkeiten seiner Fixierung .....	31
3.1	Das Filmprotokoll .....	37
3.1.1	Die Einstellungsdauer .....	42
3.1.2	Die Einstellungsgröße .....	42
3.1.2.1	Die Einstellungsverteilung .....	47
3.1.2.2	Von der Statistik zur strukturproportionalen Darstellung: das Einstellungsprofil .....	48
3.1.3	Der Kamerawinkel zum Objekt, Achsenverhältnisse .....	52
3.1.4	Exkurs zur Kameraoperation .....	57
3.1.5	Die Sequenz-Graphik .....	59
3.1.6	Das Montage-Diagramm .....	60

4	Exkurs zur Montage von Einstellungen und höheren Einheiten .....	62
4.1	Montage-Prinzipien .....	62
4.1.1.	Wahrnehmungsästhetische Prinzipien der Montage .....	64
4.1.2.	Logische Zusammenhänge der Montage-Einheiten .....	64
4.1.2.1	Erzählende („narrative“) Montage-Einheiten .....	64
4.1.2.2	Beschreibende Montage-Einheiten .....	65
4.1.2.3	Montage-Einheiten der abstrakten Relationen .....	66
4.1.2.4	Traum- und Erinnerungsbilder .....	71
4.1.2.5	Zeitsprünge nach vorne und rückwärts .....	71
4.1.2.6	Parallelität .....	71
4.2	Das Montage-Geflecht des gesamten Films .....	73
5	Die Bildergeschichte als Vorschule .....	75
5.1	Szenen und Geschichten in Bildern .....	76
5.2	Zur Entwicklung der Bildergeschichte .....	78
5.3	Komplexe Erzählfunktionen in der Bildfolge .....	84
6	Film als Kombination von Zeichensystemen .....	87
6.1	Die Grundlage des Filmsehens und die Technik der „Kinematographie“ .....	87
6.2	Zur Besonderheit des Films .....	90
6.2.1	Filmische Darstellungsmittel .....	91
6.2.2	Filmische Codes .....	92
6.2.3	Filmbild und Sprache .....	98
6.2.4	Die szenische und die technische Integration von Sprache .....	105
6.2.5	Strategien der Wort-Bild-Verknüpfung .....	106
7	Das Zusammenspiel der Gestaltungsebenen und ihrer Zeichensysteme	107
8	Die „Codes“ und ihre „Entzifferung“ .....	109
9	Literatur .....	115

**TEIL II Spielfilme**

1	Der Western „High Noon“ 1952 .....	137
1.1	Spieldigmästhetik und dramaturgische Reflexion .....	137
1.2	Die Handlung .....	139
1.3	Unterschiedliche Lesarten .....	140
1.4	Der Normenkonflikt der Hauptfigur .....	143
1.5	Die Gruppierung aller Figuren .....	145
1.6	Fiktion und gesellschaftliche Wirklichkeit im Western .....	147
1.7	„High Noon“ in der Geschichte des Genres .....	148
1.8	Strukturelle Ambivalenz und Angebot von diversen Lesarten ..	151
1.9	Der Einfluss der Filmwirtschaft .....	152
2	Die „klassische“ Form der Handlungsdarbietung .....	156
2.1	Ansatz und Kategorien der Analyse .....	157
2.2	Begriffe zur Charakterisierung der Handlung und ihrer Struktur	158
2.3	Begriffe zur Informationsvergabe .....	161
2.4	Die Einteilung in Handlungsabschnitte .....	164
2.5	Die dramatische Anlage von „High Noon“ .....	166
2.6	Die Ausgangssituation .....	168
2.7	Identifikationsangebot und Informationslenkung .....	169
2.8	Gliederung der Handlungsabschnitte und Konstruktion der Handlungslinie .....	170
2.9	Montage .....	178
3	Anstelle einer Schlussbemerkung .....	185
4	Spätere Western .....	188
5	Nach „High Noon“ – komplexere Strukturen .....	190
5.1	„Die Schönen Wilden“ 1975: gleichwertige Partner .....	190
5.2	„Mein Onkel aus Amerika“ 1980: Die Partitur verschiedener Lebenslinien .....	197
5.3	„Der Flug des Adlers“ 1981: Entdeckungsgeschichte als historische Rekonstruktion .....	201
5.3.1	Rezeptionsanalyse empirisch – ein Versuch .....	209
6	Literatur .....	216

**TEIL III Exkurs zur Drehbuchliteratur**

1	Drehbuchliteratur und Dramatologie .....	219
2	Das Drehbuch-Paradigma Syd Fields .....	220
2.1	Die zeitliche Achse des Films und die Phasen oder Segmente ..	222
2.2	Die Plotpoints .....	226
3	Syd Field und die Tradition .....	232
4	Zur Archäologie der Begriffe – Aristoteles und Interpreten (Lessing, Schiller, Freytag, Franz, Vale u. a.) .....	233
5	Graphische Modelle .....	250
6	Drehbuchliteratur als vereinfachte aristotelische Dramatologie .....	251
7	Das System der „aristotelischen“ Dramatologie und Dramaturgie .....	253
8	Kritik und Möglichkeiten der Aktualisierung .....	260
9	Mögliche Vermittlung zwischen verschiedenen Ansätzen .....	263
10	Literatur .....	270

**TEIL IV Dokumentarische/journalistische Filme**

1	Zur Gattung .....	277
1.1	Kategorien der Analyse .....	282
1.2	Die produktionsorientierte Grundauffassung des Analyseansatzes .....	288
1.3	Die methodischen Voraussetzungen .....	288
2	Vergleichende Analyse von Filmen zum Thema „Dritte Welt“ .....	294
2.1	„Caracas, Hauptstadt Venezuelas“ 1969 .....	294
2.1.1	Der thematische Zuschnitt .....	295

2.1.2	Argumentative Struktur . . . . .	295
2.1.3	Struktur der filmbildlichen Diskursivität . . . . .	296
2.1.4	Verhältnis von sprachlichem Diskurs und filmbildlichem Diskurs	298
2.2	„Teresa“ 1971 . . . . .	299
2.2.1	Der thematische Zuschnitt . . . . .	299
2.2.2	Argumentative Struktur . . . . .	299
2.2.3	Struktur der filmbildlichen Diskursivität . . . . .	300
2.2.4	Verhältnis von sprachlichem Diskurs und filmbildlichem Diskurs	301
3	Typisierung von Dokumentarfilmansätzen . . . . .	308
4	Michael Moores Film „The Big One“ – Skizze eines Analysevorhabens	309
4.1	Die Dramaturgemie des Films . . . . .	310
4.2	Die Grundstrategie . . . . .	312
4.3	Die Grundhaltung . . . . .	312
4.4	Das Grundargument . . . . .	312
4.5	Der Aufbau des Film . . . . .	314
5	Literatur . . . . .	321

## TEIL V Werbespots

1	Zur Gattung . . . . .	325
1.1	„Semiotische“ Analyse – „Visuelle Kommunikation“ . . . . .	327
1.2	Codebeherrschung und Zielgruppe . . . . .	333
1.3	Mythos, Ideologie und Ideologiekritik . . . . .	334
1.4	Zum Gegenstandsbereich der Werbung . . . . .	338
1.5	Die Intention der Werbestrategien und die Aufgabe kritischer Analyse . . . . .	338
1.6	Typologie der Werbetopoi . . . . .	340
1.6.1	Das Medium . . . . .	341
1.6.2	Gesamtimage des Werbekommunikats . . . . .	342
1.6.3	Die Grundfunktion der Werbebotschaft . . . . .	343
1.6.4	Die rhetorischen Grundeinheiten . . . . .	343
1.6.5	Der Kern der werblichen Botschaften – Die Produktempfehlung	344
1.6.6	Argumente der Produktempfehlung . . . . .	344

1.6.7	Die positiven und negativen Assoziationen – Wunsch- und Schreckbilder .....	347
2	Analyse von konventionellen Werbespots .....	350
2.1	Zur Methode .....	350
2.2	Zur Auswahl der Beispiele .....	350
3	Werbepot für „Hawesta Fischkonserven“ .....	351
3.1	Die Umsetzung der Werbeargumentation auf den verschiedenen Zeichenebenen .....	352
3.2	Kritische Anmerkungen .....	357
4	Werbepot für die „Seife Atlantik“ .....	358
4.1	Die Umsetzung der Werbeargumentation auf verschiedenen Zeichenebenen .....	362
4.2	Kritische Anmerkungen .....	365
5	Analyse von Beispielen der Selbstironie und des Sophisticated Advertising .....	367
5.1	Mit Werbung als Werbung umgehen .....	367
5.2	Zu den folgenden Analysen .....	372
6	Die Kinowerbung für „Wodka Smirnoff“ 1993 .....	373
6.1	Charakterisierung des Konzepts und seiner cineastischen Umsetzung .....	374
7	Kinowerbung für die „Obdachlosenzeitung Trott-war“ .....	376
7.1	Ausgangslage .....	376
7.2	Grundstrategie des Spots .....	377
7.3	Umsetzung in Bild und Sprache .....	378
8	Komische Werbung im Hightech-Stil der „Starwars“: Budweiser „Come Home“ .....	380
8.1	Ausgangslage .....	380
8.2	Der kampagnebildende Slogan .....	380
8.3	Die „erzählte“ Geschichte .....	381
8.4	Die cineastische Umsetzung und das Spiel mit den Mustern .....	381
9	Literatur .....	383

**TEIL VI Avantgarde-Film**

1	„Un chien andalou“ – Luis Buñuel/Salvador Dalí 1928 . . . . .	387
1.1	Versuch einer Beschreibung . . . . .	387
1.2	Fragen nach der Methode . . . . .	391
1.3	Zur narrativen Struktur . . . . .	392
1.4	Autobiographische Züge . . . . .	394
1.5	Der surrealistische Mythos vom genialen Kind und von der kulturellen Deformation . . . . .	395
1.6	Traumsymbolik und anderes . . . . .	397
1.7	Zur Entstehungsgeschichte . . . . .	399
1.8	Zur surrealistischen Methode der Ideenfindung . . . . .	400
1.9	Zu surrealistischen Kunstfiguren und Kunstgriffen . . . . .	401
1.10	Das „System“ der Zwischentitel . . . . .	403
2	Literatur . . . . .	406
	 Literaturliste (gesamt) . . . . .	409
	 Personenregister . . . . .	439
	Register der belletristischen Literatur . . . . .	445
	Filmregister . . . . .	446
	Sachregister . . . . .	448
	Bildnachweis . . . . .	473