

# Inhalt

<b>Einleitung</b>	7
<b>1 Ästhetik</b>	13
<b>1.1 Der neoformalistische Ansatz: Grundlagen und Begriffe</b>	13
1.1.1 Devices	16
1.1.2 Motivation	17
1.1.3 Syuzhet und Fabula	18
1.1.4 Style	19
1.1.5 Narration	19
<b>1.2 Damals wie heute: Klassischer Erzählstil im kontemporären Hollywoodkino</b>	21
1.2.1 Narrative Organisationsprinzipien des klassischen Hollywoodstils	22
1.2.2 Zeitliche Organisationsprinzipien des klassischen Hollywoodstils	46
1.2.3 Räumliche Organisationsprinzipien des klassischen Hollywoodstils	60
<b>1.3 Resümee</b>	76
<b>2 Ökonomie</b>	79
<b>2.1 Makrostruktur der amerikanischen Filmindustrie</b>	79
<b>2.2 Das Package-Unit-System</b>	89
2.2.1 Der Produzent	90
2.2.2 Studiodeals und Negative Pick-ups	92
2.2.3 Unabhängige Filmfinanzierung	94
<b>2.3 „Hollywood Accounting“: Kino und Nebenmärkte, Geschäftspraktiken und Finanzpolitik der Majorstudios</b>	96
2.3.1 Die Auswertungskette	97
2.3.1 Kino	97
2.1.3 Video	105
2.1.4 Fernsehen	113
2.1.5 Merchandise, Tie-ins und Product Placement	117
<b>2.4 Resümee: Kostenexplosion und der globale Markt</b>	120
<b>3 Geschichte</b>	127
<b>3.1 „Boom and Bust“: Krise und Reformierung des Studiosystems nach 1945</b>	127
3.1.1 Die Consent Decrees von 1949	127

3.1.2	Der große und der kleine Bildschirm	130
2.1.3	Konglomeration und Globalisierung	134
3.1.4	„Violence ... Sex ... Art“: New Hollywood und der Fall des Production Codes	135
3.1.5	THE GODFATHER – JAWS – STAR WARS: Von der Kunst zum Kassenschlager	143
✕ 3.2	<b>High Concept: Film und Marketing in den Achtzigerjahren</b>	153
3.2.1	„25 words or less“: High Concept und „Marketing Hooks“	154
3.1.2	Differenz und Wiederholung: High Concept und „Recycle-Kino“	160
3.2.3	Blitzkrieg-Marketing und Phantomfilme: Der Saturation Release und seine Folgen	165
3.2.4	Designerlook und Videoclips	176
3.3	<b>Ereigniskino, Attraktionen, Ironie: Hollywood in den Neunzigerjahren</b>	184
3.3.1	Film als Event	184
3.3.2	Visual Effects und CGI	186
3.3.3	Digitaler Mehrkanalton	194
3.3.4	Deep Impact: Schnitt, Kameraführung und die „performative“ Achse der Kinoerfahrung	204
3.3.5	„A ride you'll never forget“: Die Rückkehr des „Kinos der Attraktionen“	212
3.3.6	„It's all one great big movie“: Postmoderne, Intertextualität, Selbstreferenz und Doppelcodierung	226
3.4	<b>Resümee und Ausblick</b>	242
	<b>Bibliographie</b>	247
	<b>Glossar</b>	253
	<b>Index</b>	266