

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	Spielfilmästhetik 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 Dramaturgische 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 Werbestrategen 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	Werbespot für „Hawesta Fischkonserven“	351
3.1	Die Umsetzung der Werbeargumentation auf den verschiedenen Zeichenebenen	352
3.2	Kritische Anmerkungen	357
4	Werbespot 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 Dali 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