Film- und Fernsehanalyse

Bearbeitet von
Lothar Mikos

unveränderter Nachdruck der 2. Auflage 2008. Taschenbuch. 396 S. Paperback
ISBN 978 3 8252 2415 8
Format (B x L): 15 x 21,5 cm

Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften > Medientheorie, Medienanalyse

Zu Inhaltsverzeichnis

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Lothar Mikos

Film- und Fernsehanalyse



2. Auflage

UVK UTB



UTB 2415

Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Böhlau Verlag · Köln · Weimar · Wien
Verlag Barbara Budrich · Opladen · Farmington Hills
facultas.wuv · Wien
Wilhelm Fink · München
A. Francke Verlag · Tübingen und Basel
Haupt Verlag · Bern · Stuttgart · Wien
Julius Klinkhardt Verlagsbuchhandlung · Bad Heilbrunn
Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft · Stuttgart
Mohr Siebeck · Tübingen
C. F. Müller Verlag · Heidelberg
Orell Füssli Verlag · Zürich
Verlag Recht und Wirtschaft · Frankfurt am Main
Ernst Reinhardt Verlag · München · Basel
Ferdinand Schöningh · Paderborn · München · Wien · Zürich
Eugen Ulmer Verlag · Stuttgart
UVK Verlagsgesellschaft · Konstanz
Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen
vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich

Lothar Mikos

Film- und Fernsehanalyse

2., überarbeitete Auflage

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

ISBN 978-3-8252-2415-8

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2008

Einbandgestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart
Einbandabbildung: © 2004 FOX BROADCASTING COMPANY. Cr: Anthony Mandler/FOX
Satz und Layout: Karin Dirks, Berlin
Lektorat: Anke Beck, Stuttgart
Druck und Bindung: CPI – Ebner & Spiegel, Ulm

UVK Verlagsgesellschaft mbH
Schützenstr. 24 · 78462 Konstanz
Tel. 07531-9053-0 · Fax 07531-9053-98
www.uvk.de

Inhalt

Vorwort zur 2. Auflage 9

Einleitung 11
Zitierte Literatur 17

TEIL I: THEORIE UND METHODIK

1. Die Kommunikationsmedien Film und Fernsehen 21
1.1 Film- und Fernsehverstehen 25
1.2 Film- und Fernseherleben 30
1.3 Zitierte Literatur 36

2. Erkenntnisinteresse 41
2.1 Inhalt und Repräsentation 44
2.2 Narration und Dramaturgie 47
2.3 Figuren und Akteure 51
2.4 Ästhetik und Gestaltung 53
2.5 Kontexte 57
2.6 Zitierte Literatur 66

3. Systematik der Analyse 77
3.1 Operationalisierung 80
3.2 Arbeitsschritte 82
3.2.1 Hilfsmittel 95
3.2.2 Auswertung 99
3.2.3 Präsentation 101
3.3 Zitierte Literatur 103

TEIL II: FILM- UND FERNSEHANALYSE

1. Inhalt und Repräsentation 107
1.1 Plot und Story I 112
1.2 Raum und Zeit 115

1.3 Interaktionsverhältnisse ... 119
1.4 Situative Rahmungen ... 122
1.5 Zitierte Literatur ... 126

2. Narration und Dramaturgie ... 129
2.1 Plot und Story II, Sujet und Fabel ... 134
2.2 Spannung und Suspense ... 142
2.3 Komik ... 147
2.4 Bedrohung ... 152
2.5 Zitierte Literatur ... 158

3. Figuren und Akteure ... 163
3.1 Personen und Rollen ... 170
3.2 Identifikation ... 174
3.3 Empathie und Sympathie ... 176
3.4 Parasoziale Interaktion ... 180
3.5 Immersion ... 184
3.6 Zitierte Literatur ... 187

4. Ästhetik und Gestaltung ... 191
4.1 Kamera ... 192
4.2 Licht ... 208
4.3 Schnitt und Montage ... 213
4.4 Ausstattung ... 231
4.5 Ton und Sound ... 235
4.6 Musik ... 239
4.7 Visuelle Effekte und Spezialeffekte ... 244
4.8 Zitierte Literatur ... 253

5. Kontexte ... 259
5.1 Gattungen und Genres ... 262
5.2 Intertextualität ... 272
5.3 Diskurse ... 281
5.4 Lebenswelten ... 289
5.5 Produktion und Markt ... 294
5.6 Zitierte Literatur ... 301

TEIL III: BEISPIELANALYSEN

1. Handlungsleitende Themen und Effekte 311
1.1 Handlungsleitende Themen in »Terminator 2 – Judgement Day« 312
1.2 Spezialeffekte in »Jurassic Park« 315
1.3 Computergenerierte Figuren in »I, Robot« und »Der Herr der Ringe« 318
1.4 Zitierte Literatur 324

2. Meta-Genre und hybride TV-Formate 325
2.1 Blockbuster als Meta-Genre am Beispiel von »Der Herr der Ringe« 325
2.2 Reality-Shows als Hybridformate am Beispiel von »Big Brother« 331
2.3 Zitierte Literatur 337

3. Dichte Erzählung: Spannungsinszenierung in »24« 339
Zitierte Literatur 351

Ausblick: Film- und Fernsehanalyse in Zeiten zunehmender Medienkonvergenz 353
Zitierte Literatur 359

ANHANG

1. Literatur 363
1.1 Film- und Fernsehanalyse 363
1.2 Filmtheorie 366
1.3 Fernseh- und Medientheorie 370
1.4 Genretheorie 374
1.5 Intertextualität 375
1.6 Diskurstheorie 375
1.7 Lebenswelt 376
1.8 Film- und Fernsehmarkt 377

2. Index 381
2.1 Abbildungen 381
2.2 Filme und Fernsehsendungen 382
2.3 Sachregister 388

Vorwort zur 2. Auflage

Seit dem Erscheinen der ersten Auflage dieses Lehrbuchs sind fünf Jahre vergangen, in denen zahlreiche Publikationen mit Analysen von Filmen und Fernsehsendungen erschienen sind. In der Film- und Fernsehtheorie – Grundlage für die Analysen – sind einige neue Werke erschienen. In ihnen wurden theoretische Erkenntnisse weitergetrieben und auf neue Entwicklungen im Film- und Fernsehbereich durch die Digitalisierung reagiert. Es war also angebracht, das vorliegende Buch zu aktualisieren und dort, wo es notwendig war, zu ergänzen. Der internationale Film- und Fernsehmarkt zeichnet sich zudem durch eine große Dynamik und eine hohe Produktivität aus. Das Universum der Film- und Fernsehtexte erweitert sich ständig. Daher wurden an einigen Stellen neuere Filme und Fernsehsendungen als Beispiele eingefügt, an anderen Stellen wurden die Klassiker beibehalten. Einige Kapitel mussten aufgrund der aktuellen Entwicklung stark überarbeitet werden. Das betrifft die Kapitel II.3.3, II.3.5, II.4.3, II.4.7, III.1 und den Ausblick. Einige Kapitel wurden für diese Auflage neu verfasst: II.5.5 und die Beispielanalysen III.2 und III.3. Alle anderen Kapitel wurden wie der Anhang aktualisiert und ergänzt.

Wissenschaftliche Erkenntnis, die in ein Lehrbuch einfließt, entsteht nur selten in einsamer Lektüre- und Denkarbeit, sondern im kommunikativen Austausch mit Kolleginnen und Kollegen, Studentinnen und Studenten. Daher gebührt mein Dank allen, mit denen ich in den vergangenen Jahren Probleme der Film- und Fernsehanalyse diskutieren durfte. Sie alle namentlich zu erwähnen würde den Rahmen sprengen. Danken möchte ich den Teilnehmern von Workshops der Fachgruppen Philosophisch-Pädagogische Grundfragen und Qualitative Medienforschung in der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK), Rezeptions- und Wirkungsforschung und Soziologie der Medienkommunikation in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationsforschung (DGPuK) sowie den Mitgliedern der Popular Communication Division in der International Communication Association (ICA) und den Mitgliedern der Audience and Reception Section der European Communication Research and Education Association (ECREA) für anregende Diskussionen, konstruktive Kritik und weiterführende Fragen.

Die Diskussionen mit der »Babelsberger Crew« im Rahmen verschiedener Studien, namentlich Ulrike Aigte, Stefanie Armbruster, Nadine Baethke, Anke Bergmann, Sabrina Brauer, Tobias Ebbrecht, Sanne Eichner, Anna Tasja Flügel, Doug Gerbode, Valentina Grazzi, Julia Grün, Evelin Haible, Katja Herzog, Patrick Jantke, Jesko Jockenhövel, Jörn Krug, Nicole Kühner, Katrin Moll, Elizabeth Prommer, Lars Rettberg, Thomas Schick, Stefano Semeria, Stefan Tiedemann, Claudia Töpper, Verena Veihl, Lars Verspohl, Lutz Warnicke, Michael Wedel, Claudia Wegener, Dieter Wiedemann und Peter Wuss, haben zahlreiche neue Anregungen gebracht und viel zur Ordnung meiner Gedanken beigetragen. Dies gilt insbesondere auch für die internationalen Kollegen, die an ihren Hochschulen und auf Konferenzen mit mir diskutierten: Martin Barker, Giovanni Bechelloni, Daniel Biltereyst, Göran Bolin, Jonathan Gray, Lawrence Grossberg, Annette Hill, Anne Jerslev, Stan Jones, Richard Kilborn, Giselinde Kuipers, Ernest Mathijs, Philippe Meers, Hugh O'Donnell, Marta Perrotta, Cornel Sandvoss, Christopher Young, Ingela Wadbring und Janet Wasko. Dank gebührt auch den immer hilfsbereiten Mitarbeiterinnen der HFF-Bibliothek, Kirsten Otto und Lydia Wiehring von Wendrin, und den besten Buchhändlern Berlins, Christiane Fritsch-Weith vom Buchladen am Bayerischen Platz und Joachim Weiduschat vom Bücherbogen, die schnell und zuverlässig die benötigte Lektüre besorgten.

Johannes Gawert hat als Redakteur der Zeitschrift MEDIEN PRAKTISCH meine Artikelreihe mit Beiträgen zur strukturfunktionalen Film- und Fernsehanalyse mit konstruktiver Kritik begleitet. Verena Veihl hat einige Kapitel einer kritischen Lektüre unterzogen, Linda Brezinski, Julia Grün, Evelin Haible und Katja Herzog leisteten einen wesentlichen Beitrag zur Fertigstellung des Literaturverzeichnisses sowie des Film- und Sachregisters. Rüdiger Steiner und Sonja Rothländer von UVK haben das Projekt mit Geduld und sachkundiger Kritik begleitet. Besonderer Dank gilt Mariann Gibbon, die alle Kapitel lektorierte, und Karin Dirks, die das Layout besorgte. Ich widme dieses Buch dem Diplomjahrgang 2005 (Alrun, Christian, Julia, Julian, Katharina, Katha, Linda, Marco, Stefanie, Susanne, Wietske und Yvonne). Es war eine schöne und produktive Zeit, danke.

Berlin, im Februar 2008

Einleitung

Die Beschäftigung mit Filmen und Fernsehsendungen erfreut sich immer größerer Beliebtheit, wie die Flut an Publikationen zu diesem Themengebiet zeigt. Essayisten, Journalisten oder Wissenschaftler äußern An- und Einsichten, die sie einerseits aus eigener Anschauung von Filmen und Fernsehsendungen, andererseits aus der Reflexion gewinnen, indem sie über das Gesehene nachdenken und es in theoretische, historische oder pragmatische Zusammenhänge einordnen. Mit anderen Worten: Sie stellen einen Film oder eine Fernsehsendung in einen Kontext. Ähnlich gehen auch die geneigte Kinogängerin und der geneigte Fernsehzuschauer vor, wenn sie sich mit dem, was sie gesehen haben, auseinandersetzen. In Gesprächen nach einem Kinobesuch wird das Gesehene bewertet und eingeordnet. Das Gleiche geschieht beim Austausch über eine Fernsehsendung. Den britischen Medienwissenschaftler Martin Barker hat das zu der Feststellung verleitet: »Jeder analysiert Filme« (Barker 2000, S. 1). Doch wenn jeder Filme analysiert, stellt sich die Frage, worin sich die wissenschaftliche Analyse von der alltäglichen unterscheidet.

Im Fremdwörter-Duden heißt es zum Stichwort »Analyse«: »systematische Untersuchung eines Gegenstandes od. Sachverhalts hinsichtlich aller einzelnen Komponenten od. Faktoren, die ihn bestimmen« (Duden 1990, S. 58). Auf Filme und Fernsehsendungen bezogen bedeutet dies, dass alle Komponenten oder Faktoren, die einen Film oder eine Fernsehsendung ausmachen, untersucht werden müssen, und zwar systematisch. Das unterscheidet die wissenschaftliche Analyse von der alltäglichen, die eher unsystematisch vorgeht und sich häufig auf einen gesamten Film bezieht, nicht aber seine einzelnen Komponenten untersucht. Im Alltag werden Filme und Fernsehsendungen zudem häufig inhaltlich interpretiert. Dabei wird ihnen ein subjektiver Sinn zugewiesen. Wissenschaft sollte aber nicht auf die Bildung von subjektivem Sinn, sondern auf die Produktion von objektivierter Erkenntnis, die intersubjektiv nachvollziehbar ist, abzielen. Ziel dieses Buches ist es daher, theoretisches Rüstzeug und methodisches Handwerkszeug für die systematische Untersuchung von Filmen und Fernsehsendungen zur Verfügung zu stellen.

Damit ist ein weiteres Ziel verbunden: Die Fähigkeit zur Analyse von Filmen und Fernsehsendungen trägt zur Entwicklung von Medienkompetenz in weiterem Sinn bei (vgl. Bienk 2006, S. 23 ff.; Frederking 2006; Mikos 2005 sowie die Beiträge in Barg u.a. 2006; Marotzki/Niesyto 2006). Sie ist nicht nur eine »Schule des Sehens« (Schnell 2000, S. 1 ff.), sondern fördert auch »Prozesse des Mitbedenkens« (Boeckmann 1996, S. 37). Dazu gehört die Erkenntnis, dass »jede mediale Repräsentation eine subjektive Konstruktion ist, die aus einer Fülle möglicher Darstellungen herausgewählt wurde und die auch von Interessen bestimmt ist« (ebd., S. 36). Außerdem gehört die Einsicht dazu, dass sich Filme und Fernsehsendungen immer an ein Publikum richten, mal an ein unspezifisches, mal an ein genau definiertes in Form einer speziellen Zielgruppe. Bei Filmen und Fernsehsendungen sind die Prozesse des Mitbedenkens in dreifacher Weise zu leisten: erstens im Hinblick auf die Intentionen, die von Produzentenseite oder institutionell (z.B. Fernsehsender, Hollywoodstudio) hinter den Medienprodukten stehen, zweitens – die Struktur der Filme und Fernsehsendungen betreffend – im Hinblick darauf, welche Funktion die einzelnen Komponenten in Bezug auf den gesamten Film oder die gesamte Fernsehsendung haben, und drittens, welche Funktion diese Komponenten für das Publikum haben. Dieser letzte Aspekt weist darauf hin, dass die in diesem Buch vorgestellten Grundlagen der Film- und Fernsehanalyse auf einem Verständnis von Film und Fernsehen als Kommunikationsmedien basieren. Filme und Fernsehsendungen entstehen in diesem Sinn erst im Kopf ihrer Zuschauer. Denn nur wenn sie gesehen werden, treten sie in einen Kommunikationsprozess ein. *Die Analyse zielt daher darauf ab, die Strukturen von Filmen und Fernsehsendungen funktional im Rahmen der Kommunikationsprozesse zu betrachten, in die sie eingebunden sind.* Es geht also um eine kommunikationswissenschaftliche Fundierung der Film- und Fernsehanalyse. Das unterscheidet die hier vorgestellte Film- und Fernsehanalyse von anderen Einführungen und Lehrbüchern.

In den siebziger Jahren des 20. Jahrhunderts erschienen die ersten Bücher zur Einführung in die Film- und Fernsehanalyse (vgl. Faulstich 1976; Faulstich/Faulstich 1977; Hickethier/Paech 1979; Knilli/Reiss 1971; Kuchenbuch 1978/2005; Silbermann u.a. 1980). Angeregt durch die seit den sechziger Jahren starke theoretische Beschäftigung mit Film, vor allem aus der wissenschaftlichen Perspektive der Semiotik, wurde in Anlehnung an die Linguistik versucht, grammatikalische, syntaktische und semantische Strukturen des Films – die »Sprache des Films« – zu untersuchen. Bereits frühe Filmtheoretiker wie Wsewolod Pudowkin (1928, S. 9) hatten die Art des Zusammenfügens der Filmbil-

der, die Montage, als »Sprache des Filmregisseurs« bezeichnet und verglichen die Kombination der Filmbilder mit dem Satz in der Sprache (ebd.). Dieser Ansatz wurde in den sechziger und siebziger Jahren durch Semiotiker wie Christian Metz (1972) weiterentwickelt und dann in den Einführungen zur Filmanalyse aufgegriffen. Von einer derartigen Filmsprache gehen auch populäre Anleitungen für die Filmpraxis aus, die sich an junge Filmemacher richten (vgl. Arijon 2000; Katz 1998/2002). Ähnlich kreisen die aktuellen Überlegungen zur Filmanalyse im Kontext der Bild- und Kunstwissenschaft (vgl. Koebner/Meder 2006; Sachs-Hombach 2003) um die Beschreibung einer Filmsprache. Auch die Filmsemiotik erlebt aktuell eine Renaissance (vgl. Kanzog 2007). Allerdings hatte Metz (1972, S. 148) bereits darauf hingewiesen, dass die filmischen Strukturen lediglich denen der Sprache ähneln. Von einer »Filmsprache« oder »Sprache des Films« zu sprechen hat dann lediglich metaphorischen Charakter. Der Literaturwissenschaftler Ralf Schnell folgert daraus: »Die Erzählformen des Films beruhen nicht auf linguistischen Strukturen, sondern entstehen aus technischen Mitteln, die ihrerseits Stiltraditionen generieren« (Schnell 2000, S. 183). Dennoch hat die Rede von der »Filmsprache« weiterhin Konjunktur (vgl. Bienk 2006; Wharton/Grant 2007), und es wird davon ausgegangen, dass die Verwendung filmischer Codes auf Sprache basiert (Kuchenbuch 2005, S. 98 ff.) und die Beschreibung von filmischen Darstellungsweisen auf linguistische Strukturen zurückgreift (Branigan 2006).

Im vorliegenden Buch geht es nicht darum, die »Filmsprache« oder die »Fernsehsprache« zu analysieren, sondern die Mittel, die ein Film oder eine Fernsehsendung einsetzt, um mit den Zuschauern zu kommunizieren. Dabei spielen inhaltliche, darstellerische, dramaturgische, erzählerische und ästhetisch-gestalterische Mittel ebenso eine Rolle wie die Kontexte, in die filmische Strukturen und Zuschauer eingebunden sind. Filmische Strukturen sind während einer Analyse immer auf dreifache Weise zu befragen: erstens im Hinblick auf die inhaltliche und erzählerische Kohärenz eines Films, zweitens im Hinblick auf die gestalterischen Mittel, die auf die Aufmerksamkeit und Wahrnehmung der Zuschauer zielen, und drittens im Hinblick auf den kommunikativen Prozess und dessen Kontexte, denn der Sinn eines Films oder einer Fernsehsendung realisiert sich erst in der Rezeption durch Zuschauer. Die »Sinnhaftigkeit« von Filmen und Fernsehsendungen existiert nicht als quasi objektive faktische Gegebenheit, sondern wird erst während des Zuschauens vom Zuschauer hergestellt.

Die wenigen Bücher zur Filmanalyse, die seit den achtziger Jahren des 20. Jahrhunderts erschienen sind (vgl. Hickethier 1993/2007; Faulstich 1988; Faulstich

2002; Korte/Faulstich 1988; Korte 1999/2004; Kuchenbuch 2005; Monaco 1980/1995), verfolgen zwar einen etwas weiteren Ansatz und greifen auch auf neuere Filmtheorien aus dem angelsächsischen Raum zurück (vgl. Kuchenbuch 2005), doch der kommunikative Aspekt des Films wird nur am Rand berücksichtigt. Während es bei Faulstich (1988) um die Darstellung der Filminterpretation aus der Sicht verschiedener Disziplinen geht, orientiert sich Korte (1999/2004) bei seiner systematischen Filmanalyse an dem von ihm entwickelten computergestützten Verfahren der Analyse, das sich auf quantifizierbare und visualisierbare Daten des Ablaufs eines Films stützt. Während Monaco (1980/1995) auf die frühen semiotisch geprägten Filmtheorien zurückgreift, geht Hickethier (1993/2007) zwar weiter, indem er auch auf narrative Strukturen und das Schauspielen und Darstellen in Film und Fernsehen eingeht, doch stehen auch hier die gestalterischen Mittel im Zentrum des Interesses. Die Analyse von Schauspiel und Darstellung in Film und Fernsehen ist jedoch lediglich aus theaterwissenschaftlicher Perspektive interessant und spielt für eine Film- und Fernsehanalyse, die den Kommunikationsprozess in den Mittelpunkt stellt, keine Rolle. In der angelsächsischen Literatur orientieren sich die Einführungen in erster Linie an theoretischen Positionen, die eine Filmanalyse leiten können (vgl. Berger 1982/1998; Gledhill/Williams 2000; Hill/Church Gibson 1998; Hollows/Jancovich 1995; Nelmes 1996), sie stellen Einzelanalysen von Filmen in den Mittelpunkt, die verschiedene Aspekte der Analyse betonen (vgl. Barker 2000; Carroll 1998; Elsaesser/Buckland 2002), oder sie gehen von unterschiedlichen theoretischen Standpunkten aus auf die Filme ein (vgl. exempl. die Beiträge in Collins u.a. 1993; Geiger/Rutsky 2005; Gibbs/Pye 2005). Die wenigen Ausnahmen, in denen die Techniken des Filmemachens auch im Hinblick auf die Konsequenzen für die Zuschauer genauer dargestellt werden, bestätigen die Regel (vgl. Bordwell/Thompson 1979/1993; Phillips 1999; Wharton/Grant 2007 und zum Teil Salt 1983/1992; Salt 2006). Im romanischen Raum steht weiterhin die Semiotik hoch im Kurs (vgl. Bellour 1979/1995). Allerdings gibt es auch Ausnahmen (Casetti/di Chio 1990/1994).

Die Fernsehanalyse hat im Gegensatz zur Filmanalyse bisher kaum Interesse gefunden und schlägt sich dementsprechend selten in einführenden Publikationen nieder. Die einzige deutschsprachige Publikation zur Fernsehanalyse (Hickethier 1994) versammelt Aufsätze, die sich aus verschiedenen theoretischen Perspektiven auf Einzelaspekte des Fernsehens konzentrieren. Das trifft auch auf die in Großbritannien und Italien erschienenen Bücher zu (Allen/Hill 2004; Casetti/di Chio 1997/1998; Creeber 2006; Geraghty/Lusted 1998; McQueen 1998; Miller

2002). Lediglich Hickethier geht in seinem Buch »Film- und Fernsehanalyse« (1993/2007) neben dem Film explizit auf das Fernsehen ein. Im englischsprachigen Raum bieten Bignell (2004), Burton (2000), Lury (2005) und Wickham (2007) eine umfassende Einführung in die Fernsehanalyse. Letztere geht dabei auf Bild und Ton sowie Zeit und Raum ein.

Auch wenn zu Beginn des 21. Jahrhunderts etwa 90 Prozent aller Filme für das Fernsehen produziert werden, müssen Film und Fernsehen als zwei Medien betrachtet werden, die unterschiedlich strukturiert sind. Gemeinsam haben sie, dass sie mit bewegten Bildern arbeiten. Aber bereits die bildliche Auflösung einer Szene ist bei einem Kinofilm anders als bei einem Fernsehfilm. Daher werden Film und Fernsehen im vorliegenden Buch auch nicht gleich behandelt, sondern dort, wo es Konsequenzen für die Analyse hat, werden die Unterschiede hervorgehoben.

Ausgangspunkt für die hier vorgestellten Grundlagen der Film- und Fernsehanalyse ist die Auffassung, dass Filme und Fernsehsendungen als Kommunikationsmedien zu begreifen sind: Sie kommunizieren mit dem Publikum, wobei ihre Gestaltungsmittel und Techniken die kognitiven und emotionalen Aktivitäten der Zuschauer vorstrukturieren. Um diesem gedanklichen Ausgangspunkt gerecht zu werden, wird nicht von einer einzigen theoretischen Perspektive aus auf die Filme und Fernsehsendungen geschaut, sondern in einer inter- und transdisziplinären Zugangsweise werden theoretische Ansätze aus unterschiedlichen Disziplinen berücksichtigt (Interdisziplinarität) und im Hinblick auf die Analyse zusammengeführt (Transdisziplinarität).

In Teil I werden die theoretischen und methodischen Grundlagen gelegt, wobei in Kapitel 1 das Verstehen und Erleben von Filmen und Fernsehsendungen als Zielhorizont der Analyse begründet wird. Kapitel 2 behandelt die Frage, wie ein Erkenntnisinteresse der Untersuchung gewonnen werden kann. Dabei wird auf fünf Ebenen eingegangen, die eine Analyse leiten können: Inhalt und Repräsentation, Narration und Dramaturgie, Figuren und Akteure, Ästhetik und Gestaltung sowie Kontexte. In Kapitel 3 werden die Arbeitsschritte der Analyse von der Operationalisierung des Erkenntnisinteresses in konkrete Analysewege über die Datensammlung und Auswertung bis hin zur Präsentation der Ergebnisse beschrieben und die möglichen Hilfsmittel vorgestellt. In Teil II steht die eigentliche Film- und Fernsehanalyse im Mittelpunkt, d.h. die Techniken und Gestaltungsmittel in ihrer Struktur und ihrem funktionalen Bezug sowohl zum Film bzw. zur Fernsehsendung als Ganzes als auch zu den Zuschauern. Es gliedert sich nach den in Kapitel I.2 beschriebenen Ebenen, die das Er-

kenntnisinteresse der Analyse leiten. Das hat den Vorteil, dass Leser, die sich grundlegend in alle Aspekte der Film- und Fernsehanalyse einarbeiten möchten, den gesamten Teil II lesen können; wer z.B. lediglich Hinweise sucht für die dramaturgische Analyse eines Films, braucht sich nur mit Kapitel II.2 zu beschäftigen. Die Kontexte, in die Filme und Fernsehsendungen und ihre Zuschauer eingebunden sind, bilden den Schwerpunkt in Kapitel II.5. Denn im Gegensatz zu Hans Jürgen Wulff (1999, S. 18), der »eine klare Gegenposition gegen einen Kontextualismus« einnimmt, weil er auf dem Sinn einer Mitteilung und auf der Autorität des Textes besteht, wird hier davon ausgegangen, dass der Sinn eines Films erst im Zusammenspiel von Text, Zuschauer und den Kontexten, in die beide eingebunden sind, entsteht. Dazu gehören sicher ein als sinnhaftes Ganzes konzipierter Film (oder eine Fernsehsendung) und ein Zuschauer, der als ein sinnhaft Handelnder zu begreifen ist. Daneben spielen die Produktionsbedingungen, die institutionellen Strukturen der Film- bzw. Fernsehindustrie ebenso eine Rolle wie die Biografie, soziale Situation und psychische Befindlichkeit sowohl des Regisseurs oder der Regisseurin als auch des Zuschauers oder der Zuschauerin sowie der kulturelle Kontext, in dem Film und Zuschauer stehen. In Teil III werden kurze Beispielanalysen von Filmen und Fernsehsendungen vorgestellt, die einem spezifischen Erkenntnisinteresse folgen. Ein Ausblick auf die Film- und Fernsehanalyse in Zeiten zunehmender Medienkonvergenz rundet den inhaltlichen Teil des Buches ab.

Thematisch geordnete Hinweise zur zitierten und weiterführenden Literatur sowie Register mit wichtigen Sachbegriffen und den erwähnten Filmen und Fernsehsendungen dienen zur Erleichterung der Arbeit mit diesem Buch.

Abschließend sei noch auf einige formale Dinge hingewiesen. Wenn hier von Filmen und Fernsehsendungen die Rede ist, dann sind in der Regel einzelne Filme oder Fernsehsendungen gemeint (zu Letzteren zählen auch Serien). Auch wenn sich die zu analysierenden Texte als diskrete, d.h. von anderen unterscheidbare Werke im Hinblick auf die Lektüren des Publikums immer schwerer bestimmen lassen, da oft von Filmen nicht nur eine, sondern mehrere Versionen auf DVD zugänglich sind, muss weiterhin in der Analyse von einzelnen Werken ausgegangen werden (vgl. Mikos u.a. 2007, S. 79 ff.; Mikos 2008). Denn es geht hier nicht darum, die Besonderheiten von Film oder Fernsehen als (Massen-) Medium herauszuarbeiten, sondern eine Anleitung für die konkrete Film- und Fernsehanalyse zu bieten, indem deren Grundlagen systematisch dargestellt werden. Im Wesentlichen wird bei den Beispielen, die in den einzelnen Kapiteln genannt werden, sowie bei den Beispielanalysen auf populäre Filme und Fern-

sehsendungen eingegangen, die leicht zugänglich sind, sei es über die Verfügbarkeit auf Video bzw. DVD oder im Fernsehen. Wenn im Folgenden manchmal von Filmen und Fernsehsendungen als Texten die Rede ist, so ist damit nicht gemeint, dass ihre Struktur mit der von geschriebenen Texten identisch ist. Stattdessen wird davon ausgegangen, dass in der Folge der poststrukturalistischen Debatte in den Geisteswissenschaften Kulturprodukte und -objekte generell als »Texte« bezeichnet werden, die produziert und rezipiert werden und für die Produktion von Bedeutung wichtig sind (vgl. McKee 2003, S. 4). Dem Lehrbuchcharakter des Buches wird dadurch Rechnung getragen, dass die Sprache zwar wissenschaftlich, aber möglichst leicht verständlich ist. Außerdem finden sich am Ende jedes Kapitels Fragen, die einerseits auf das Verständnis des jeweiligen Kapitels zielen und die andererseits die Analyse der im jeweiligen Kapitel behandelten Aspekte leiten können. Darüber hinaus wird am Ende jedes Kapitels die zitierte Literatur aufgeführt. Die Nummerierung der zitierten Literatur von einzelnen Autoren aus dem gleichen Erscheinungsjahr (z.B. Meier 1988a; Meier 1988b) in den Kapiteln bezieht sich lediglich auf das Verzeichnis der zitierten Literatur am Ende des jeweiligen Kapitels, nicht aber auf das thematisch geordnete weiterführende Literaturverzeichnis im Anhang.

Das hier vorliegende Buch geht in einigen Abschnitten (Kapitel I.1, II.2.1, II.3.1, II.4, II.5.2) auf eine neunteilige Artikelserie zur strukturfunktionalen Film- und Fernsehanalyse zurück, die zwischen 1996 und 2000 in der medienpädagogischen Fachzeitschrift MEDIEN PRAKTISCH erschienen ist. Kapitel I.2.1, I.2.2, I.3, I.3.1, I.4.1, I.4.3 und I.5.1 liegen teilweise Ausführungen zugrunde, die bereits in einem Studienbrief für die Fernuniversität Hagen verarbeitet wurden.

Zitierte Literatur

Allen, Robert/Hill, Annette (Hrsg.) (2004): The Television Studies Reader. London/New York

Arijon, Daniel (2000): Grammatik der Filmsprache. Frankfurt a.M. (Originalausgabe 1976)

Barg, Werner/Niesyto, Horst/Schmolling, Jan (Hrsg.) (2006): Jugend:Film:Kultur. Grundlagen und Praxishilfen für die Filmbildung. München

Barker, Martin (2000): From Antz to Titanic. Reinventing Film Analysis. London/ Sterling, VA

Bellour, Raymond (1995): L'analyse du film. Paris (Erstausgabe 1979)

Berger, Arthur Asa (1998): Media Analysis Techniques. Second Edition. Thousand Oaks/London/New Delhi (Erstausgabe 1982)

Bienk, Alice (2006): Filmsprache. Einführung in die interaktive Filmanalyse. Marburg

Bignell, Jonathan (2004): An Introduction to Television Studies. London/New York

Boeckmann, Klaus (1996): Naive Medienexperten. Ergebnisse einer qualitativen Studie. In: Medien Praktisch, 20/3, S. 36–40

Bordwell, David/Thompson, Kristin (1993): Film Art. An Introduction. Fourth Edition. New York u.a. (Erstausgabe 1979)

Branigan, Edward (2006): Projecting a Camera. Language-Games in Film Theory. New York/London

Burton, Graeme (2000): Talking Television. An Introduction to the Study of Television. London/New York

Carroll, Noël (1998): Interpreting the Moving Image. Cambridge/New York/Melbourne

Casetti, Francesco/di Chio, Federico (1994): Analisi del Film. Milano (6. Auflage, Erstausgabe 1990)

Casetti, Francesco/di Chio, Federico (1998): Analisi della Televisione. Milano (2. Auflage, Erstausgabe 1997)

Collins, Jim/Radner, Hilary/Collins, Ava Preacher (1993) (Hrsg.): Film Theory Goes to the Movies. New York/London

Creeber, Glen (Hrsg.) (2006): Tele-Visions. An Introduction to Studying Television. London

Duden (1990): Das Fremdwörterbuch. Mannheim

Elsaesser, Thomas/Buckland, Warren (2002): Studying Contemporary American Film. London u.a.

Faulstich, Werner (1976): Einführung in die Filmanalyse. Tübingen

Faulstich, Werner (1988): Die Filminterpretation. Göttingen

Faulstich, Werner (2002): Grundkurs Filmanalyse. München

Faulstich, Werner/Faulstich, Ingeborg (1977): Modelle der Filmanalyse. München

Frederking, Volker (Hrsg.) (2006): Filmdidaktik und Filmästhetik. Jahrbuch Medien im Deutschunterricht 2005. München

Geiger, Jeffrey/Rutsky, R. L. (Hrsg.) (2005): Film Analysis. A Norton Reader. New York/London

Geraghty, Christine/Lusted, David (1998) (Hrsg.): The Television Studies Book. London/New York

Gibbs, John/Pye, Douglas (Hrsg.) (2005): Style and Meaning. Studies in the Detailed Analysis of Film. Manchester/New York

Gledhill, Christine/Williams, Linda (2000) (Hrsg.): Reinventing Film Studies. London/New York

Hickethier, Knut (1994) (Hrsg.): Aspekte der Fernsehanalyse. Methoden und Modelle. Münster/Hamburg

Hickethier, Knut (2007): Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart/Weimar (4., aktualisierte und erweiterte Auflage; Erstausgabe 1993)

Hickethier, Knut/Paech, Joachim (1979): Methoden der Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart

Hill, John/Church Gibson, Pamela (1998): The Oxford Guide to Film Studies. Oxford u.a.

Hollows, Joanne/Jancovich, Mark (1995) (Hrsg.): Approaches to Popular Film. Manchester/New York

Kanzog, Klaus (2007): Grundkurs Filmsemiotik. München

Katz, Steven D. (2002): Shot by Shot: Die richtige Einstellung. Zur Bildsprache des Films. Frankfurt a.M. (4. Auflage, Erstausgabe 1998, Originalausgabe 1991)

Knilli, Friedrich/Reiss, Erwin (1971): Einführung in die Film- und Fernsehanalyse. Ein ABC für Zuschauer. Steinbach

Koebner, Thomas/Meder, Thomas (Hrsg.) (2006): Bildtheorie und Film. München

Korte, Helmut (2004): Einführung in die Systematische Filmanalyse. Ein Arbeitsbuch. Berlin (3., überarbeitete und erweiterte Auflage; Erstausgabe 1999)

Korte, Helmut/Faulstich, Werner (1988) (Hrsg.): Filmanalyse interdisziplinär. Göttingen

Kuchenbuch, Thomas (2005): Filmanalyse. Theorien – Modelle – Kritik. Wien u.a. (2. Auflage; Erstausgabe 1978)

Lury, Karen (2005): Interpreting Television. London/New York

Marotzki, Winfried/Niesyto, Horst (Hrsg.) (2006): Bildinterpretation und Bildverstehen. Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive. Wiesbaden

McKee, Alan (2003): Textual Analysis. A Beginner's Guide. London u.a.

McQueen, David (1998): Television. A Media Student's Guide. London u.a.

Metz, Christian (1972): Semiologie des Films. München (Originalausgabe 1968)

Mikos, Lothar (2005): Der Faszination auf der Spur. Zur Bedeutung der Film- und Fernsehanalyse in der Medienpädagogik. In: Medien Concret, 9, S. 64–67

Mikos, Lothar (2008): Understanding Text as Cultural Practice and Dynamic Process of Making Meaning. In: Barker, Martin/Mathijs, Ernest (Hrsg.): Watching the »Lord of the Rings«. Tolkien's World Audiences. New York u.a., S. 207–212

Mikos, Lothar/Eichner, Susanne/Prommer, Elizabeth/Wedel, Michael (2007): Die »Herr der Ringe«-Trilogie. Attraktion und Faszination eines populärkulturellen Phänomens. Konstanz

Miller, Toby (2002): Television Studies. London

Monaco, James (1995): Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien. Mit einer Einführung in Multimedia. Reinbek (Erstausgabe 1980, Originalausgabe 1977)

Nelmes, Jill (1996) (Hrsg.): An Introduction to Film Studies. London/New York

Phillips, William H. (1999): Film. An Introduction. Boston/New York

Pudowkin, Wsewolod (1928): Filmregie und Filmmanuskript. Berlin

Sachs-Hombach, Klaus (2003): Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft. Köln

Salt, Barry (1992): Film Style and Technology: History and Analysis. London (2. Auflage; Erstausgabe 1983)

Salt, Barry (2006): Moving into Pictures. More on Film History, Style, and Analysis. London

Schnell, Ralf (2000): Medienästhetik. Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen. Stuttgart/Weimar

Silbermann, Alphons/Schaaf, Michael/Adam, Gerhard (1980): Filmanalyse. Grundlagen – Methoden – Didaktik. München

Wharton, David/Grant, Jeremy (2007): Teaching Analysis of Film Language. London

Wickham, Phil (2007): Understanding Television Texts. London

Wulff, Hans J. (1999): Darstellen und Mitteilen. Elemente der Pragmasemiotik des Films. Tübingen

Teil I: Theorie und Methodik

1. Die Kommunikationsmedien Film und Fernsehen

Die Analyse von Filmen und Fernsehsendungen wird in einer mediatisierten Gesellschaft immer wichtiger. Als Medien der Kommunikation sind sie in die gesellschaftlichen Kommunikations- und Interaktionsverhältnisse eingebettet. Filme und Fernsehsendungen müssen daher grundsätzlich als Kommunikationsmedien verstanden werden. Ein Film ist zwar zunächst das Ergebnis eines künstlerischen Produktionsprozesses und in diesem Sinn als Werk zu sehen, doch verfolgen selbst Filmkünstler, die sich als Autoren verstehen, die Absicht, mit einem Publikum in Kommunikation zu treten, sei es, weil sie etwas mitzuteilen haben, sei es, weil sie von der Arbeit des Filmemachens leben und ihren Lebensunterhalt nur verdienen können, wenn ein zahlendes Publikum den Film zu einem mehr oder minder kommerziellen Erfolg macht. Soll die Kommunikation mit dem Publikum gelingen, muss im Prozess des Filmemachens bereits auf mögliche Erwartungen des Publikums sowie auf kognitive und emotionale Fähigkeiten der Zuschauer Bezug genommen werden. Eine Fernsehsendung kann zwar als pure Unterhaltung genutzt werden, dennoch wird der Zuschauer die Sendung vielleicht langweilig finden und sich Gedanken über die Absicht der Produzenten machen. Die Beispiele zeigen, dass Filme und Fernsehsendungen als bedeutungsvolles symbolisches Material gesehen werden müssen, das nur im Rahmen bedeutungsvoller Diskurse Sinn macht. Sie dienen der indirekten Kommunikation zwischen Menschen. Von der direkten, sogenannten Face-to-Face-Kommunikation unterscheidet sich die indirekte Kommunikation dadurch, dass sie über technische Medien vermittelt ist: Medien, die sich an eine anonyme, heterogene Masse richten (Massenmedien), und Medien, die sich an einzelne Personen richten (Individualmedien). Film und Fernsehen sind den Massenmedien zuzuordnen. Einzelne Filme und Fernsehsendungen sind dann Bedeutungsträger in der indirekten Kommunikation. Sie machen sowohl für den oder die Produzenten als auch für den oder die Zuschauer Sinn.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass es in der Kommunikation zwischen audiovisuellen Werken und Zuschauern nicht nur um Bedeutungsbildung geht. Darauf hat auch James B. Twitchell (1992, S. 203) hingewiesen, der in Bezug auf das Fernsehen kritisch angemerkt hat, dass sich die Auseinandersetzung mit diesem Medium vor allem auf die Inhalte konzentriert hat, nicht aber auf das Fernsehen als Erlebnis. Rituelles Fernsehen als Tätigkeit eines zuschauenden Subjekts erschöpft sich im Akt des Sehens selbst und zielt nicht auf eine Bedeutungsproduktion anhand gesendeter Inhalte ab. Das Sinnhafte der Tätigkeit ist nur aus den sozialen Kontexten zu erschließen, in die sie eingebettet ist. Allerdings sind frühere Erfahrungen mit dem Fernsehen bereits im Ritual selbst kondensiert.

Eine Film- und Fernsehanalyse muss anerkennen, dass die zu untersuchenden Gegenstände (Filme und Fernsehsendungen) eine Kommunikation mit ihren Zuschauern eingehen. Das geschieht auf zweifache Weise: Einerseits werden sie von Zuschauern betrachtet bzw. rezipiert, andererseits werden sie von Zuschauern benutzt bzw. angeeignet. Meines Erachtens ist es wichtig, diese Unterscheidung zwischen Rezeption und Aneignung zu treffen, denn dadurch wird ermöglicht, die konkrete Interaktion zwischen einem Film und seinen Zuschauern analytisch von der weiteren Aneignung des Films, z.B. im Gespräch mit Freunden und Bekannten, zu trennen. Mit Rezeption ist die konkrete Zuwendung zu einem Film oder einer Fernsehsendung gemeint. In der Rezeption verschränken sich die Strukturen des Film- oder Fernsehtextes und die Bedeutungszuweisung sowie das Erleben durch die Zuschauer. Der aktive Rezipient erschafft in der Rezeption den sogenannten rezipierten Text (vgl. auch Mikos 2001a, S. 71 ff.; Mikos 2001b, S. 59 f.), der gewissermaßen die konkretisierte Bedeutung des »Originaltextes« darstellt. Der rezipierte Text ist der Film, den der Zuschauer gesehen hat, der mit seinen Bedeutungszuweisungen und seinen Erlebnisstrukturen angereicherte Film. Er ist das Ergebnis der Interaktion zwischen Film- oder Fernsehtext und Zuschauer. Mit Aneignung ist dagegen die Übernahme des rezipierten Textes in den alltags- und lebensweltlichen Diskurs und die soziokulturelle Praxis der Zuschauer gemeint. Eine Fernsehsendung kann Gegenstand weiterer Interaktionen und Handlungen sein, wenn sie z.B. dazu dient, in der Mittagspause am Arbeitsplatz ein Gespräch zu eröffnen. Menschen benutzen Filme und Fernsehsendungen sowohl zur Gestaltung ihrer eigenen Identität als auch zur Gestaltung ihre sozialen Beziehungen. Die Unterscheidung zwischen Rezeption und Aneignung ist analytischer Natur, empirisch sind sie als Hand-

lungen der Zuschauer nicht zu trennen. Warum nun sind Rezeption und Aneignung für die Analyse von Filmen und Fernsehsendungen wichtig?

Für die Beantwortung dieser Frage muss man sich über die Beschaffenheit der Film- und Fernsehtexte klar werden. Wenn sich, wie es Angela Keppler (2001, S. 131) formuliert hat, im medialen Produkt »die Perspektiven der Produktion und der Rezeption auf eine bestimmte Weise« treffen, ist es Aufgabe der Analyse herauszufinden, auf welche Weise dies genau geschieht. Aus einer rezeptionsästhetischen Perspektive können dann nicht nur die »Medieninhalte als Kommunikationsangebote« (ebd.) verstanden werden, sondern das gesamte symbolische Material der Fernsehsendungen und Filme, also auch Narration und Dramaturgie sowie die gestalterischen Mittel, mit denen die Aufmerksamkeit der Zuschauer erregt werden soll. Film- und Fernsehtexte werden in diesem Zusammenhang als Anweisungen zur Rezeption und Aneignung verstanden. Die Texte enthalten Handlungsanweisungen für die Zuschauer (vgl. Mikos 2001a, S. 177 ff.) und strukturieren auf diese Weise deren Aktivitäten vor. »Nicht das Medium ist die Message, sondern seine Rolle in der sozialen Anwendung« (Hienzsch/Prommer 2004, S. 148). Film – und auch Fernsehen – kann daher als soziale Praxis gesehen werden (vgl. Turner 1993). Das heißt nicht, dass Film- und Fernsehtexte die Rezeption durch die Zuschauer determinieren. Sie machen lediglich Angebote, die von den Zuschauern genutzt werden können, indem sie sich auf eine Interaktion mit dem jeweiligen Text einlassen. John Fiske (1987, S. 95 f.) spricht aus diesem Grund auch nicht von Texten, sondern von ihrer »Textualität« bzw. von produzierbaren Texten. Damit ist gemeint, dass die Film- und Fernsehtexte nach einer Vervollständigung durch die Zuschauer verlangen, sie werden erst im Akt der Rezeption und Aneignung produziert. Nach diesem Verständnis können Filme und Fernsehsendungen auch keine abgeschlossenen Bedeutungen an sich haben, die z.B. Film- oder Fernsehwissenschaftler in einer Analyse »objektiv« freilegen könnten, sondern sie entfalten ihr semantisches und symbolisches Potenzial erst durch die aktiven Zuschauer, d.h., sie können lediglich potenzielle Bedeutungen haben, sie bilden eine »semiotische Ressource« (Fiske).

> »Vielleicht favorisiert ein Text manche Bedeutungen, er kann auch Grenzen ziehen, und er kann sein Potential einschränken. Andererseits kann es auch sein, daß er diese Präferenzen und Grenzen nicht allzu effektiv festschreibt« (Fiske 1993, S. 12 f.).

Film- und Fernsehtexte können also nur Angebote machen und mögliche Lesarten inszenieren, über die sie die Aktivitäten der Zuschauer vorstrukturieren.

Eines können sie aber nicht: Sie können nicht die Bedeutung festlegen. Sie funktionieren als Agenten in der sozialen Zirkulation von Bedeutung und Vergnügen, denn sie können ihr Sinnpotenzial nur in den sozialen und kulturellen Beziehungen entfalten, in die sie integriert sind: »Texte funktionieren immer im gesellschaftlichen Kontext« (ebd., S. 13). Erst da kommt ihre strukturierende Kraft zum Tragen. Die Aneignung von populären Texten wie Filmen und Fernsehsendungen ist nach Fiske am Schnittpunkt von sozialer und textueller Determination lokalisiert. Damit wird auch deutlich, dass sich Texte immer im Feld sozialer Auseinandersetzung befinden (vgl. Mikos 2001c, S. 362). Für die Analyse heißt dies, dass die Struktur von Filmen und Fernsehsendungen zu den Rezeptions- und Aneignungsaktivitäten in Bezug gesetzt werden muss. Dabei ist allerdings zu beachten, dass die strukturierende Kraft der Film- und Fernsehtexte in der Rezeption stärker ist als in der Aneignung, denn hier sind die soziokulturellen Kontexte, in die die Zuschauer eingebunden sind, wirksamer. Daher stehen die Rezeptionsaktivitäten im Vordergrund der folgenden Ausführungen, Aneignungsaktivitäten werden dort, wo es sinnvoll erscheint, in die Betrachtungen einbezogen.

Film- und Fernsehtexte sind grundsätzlich an ein Publikum gerichtet. Daher sind sie zum Wissen, zu den Emotionen und Affekten, zum praktischen Sinn und zur sozialen Kommunikation der Rezipienten hin geöffnet. Es lassen sich also vier Arten von Aktivitäten unterscheiden, die in der Rezeption und Aneignung eine Rolle spielen: (1) kognitive Aktivitäten, (2) emotionale und affektive Aktivitäten, (3) habituelle und rituelle Aktivitäten, (4) sozial-kommunikative Aktivitäten. Sie alle sind an zwei grundlegende Modi Operandi gebunden, die den Umgang mit den Film- und Fernsehtexten ausmachen: das Film- und Fernsehverstehen und das Film- und Fernseherleben. Daher geht es in der Analyse vor allem darum, diese Prozesse des Verstehens und Erlebens herauszuarbeiten. Film- und Fernsehverstehen meint, anhand eines audiovisuellen Produkts zu untersuchen, wie es sich als bedeutungsvoller Text, der in den kulturellen Kreislauf von Produktion und Rezeption eingebunden ist, konstituiert (vgl. Mikos 1998, S. 3). Dazu müssen jedoch auch die lebensweltlichen Verweisungszusammenhänge einbezogen werden. Film- und Fernseherleben meint eine eigene Zeitform mit eigenen Höhepunkten, »in denen das zu kulminieren scheint – sowohl das, das es auf der Leinwand zu besichtigen gilt, wie auch das Erleben selbst« (Neumann/Wulff 1999, S. 4). Die Zuschauer gehen selbstvergessen im Erlebnis auf (vgl. Renner 2002, S. 153). Film- und Fernseherleben schafft eigene Sinnstrukturen, die mit der Alltagswelt und den lebensweltlichen Verweisungszusammenhängen der Zuschauer verknüpft sind.

1.1 Film- und Fernsehverstehen

Filme und Fernsehsendungen machen Sinn, denn sie sind sowohl in der Produktion als auch in der Rezeption an sinnhaftes soziales Handeln gebunden (vgl. dazu auch Hall 1980, S. 130; Keppler 2001, S. 129). Darüber treten sie in einen bedeutungsvollen Diskurs ein. Sie prägen die Lebensverhältnisse in der gegenwärtigen Gesellschaft (vgl. Keppler 2006, S. 19 ff.). Wie bereits erwähnt, sind Film- und Fernsehtexte grundsätzlich zum Wissen der Rezipienten hin geöffnet (vgl. Wulff 1985, S. 13). Um eine Filmszene zu verstehen, muss ein Zuschauer zunächst einmal Informationen verarbeiten und sie in einen bedeutungsvollen Kontext bringen. Auf diese Weise erhält die Szene einen Sinn. Ein einfaches Beispiel mag das verdeutlichen: Um zu erkennen, dass es sich bei den Figuren auf der Leinwand oder dem Bildschirm um Menschen handelt, die in einem Restaurant an einem Tisch sitzen, muss der Zuschauer die ihm dargebotene Bildinformation verarbeiten. Er muss wissen, was Menschen sind, was ein Restaurant ist und was ein Tisch ist. Darüber hinaus wissen wir, dass Menschen immer in bedeutungsvollen Strukturen handeln, aus ihnen können sie nicht heraustreten. Das heißt in diesem konkreten Fall, dass der Zuschauer auch um die Bedeutung von Menschen, Tischen und Restaurants weiß. Anhand des Settings Mensch – Tisch – Restaurant werden Kontexte des Wissens aufgerufen, die deren Bedeutung im Rahmen sinnhaften sozialen Handelns an lebensweltliche Verweisungszusammenhänge zurückbinden. Dazu zählt z.B. das Wissen, dass Menschen nicht immer zu Hause essen, sondern sich auch mal in Restaurants von Köchen bekochen und von Kellnern bedienen lassen. Auf dieser Ebene nimmt der Zuschauer zunächst lediglich Informationen aus dem Film- oder Fernsehbild auf und evaluiert sie im Rahmen von sinnhaften Handlungskontexten. Die Bedeutung der beschriebenen Restaurantszene im Film bzw. in der Fernsehsendung ergibt sich außerdem daraus, dass sie in einem narrativen Kontext steht. Der Zuschauer kann aus der bisherigen Erzählung an dieser Stelle schließen, dass es in der dargebotenen Szene nicht in erster Linie um den Zusammenhang von Hunger und Essen, also die reine Nahrungsaufnahme geht, sondern dass das Gespräch, das die Personen beim Essen führen, bedeutsam ist. Es könnte sich beispielsweise um einen letzten Versöhnungsversuch eines Ehepaares handeln, das kurz vor der Scheidung steht. Die Bedeutung dieser Szene ergibt sich aber nicht nur aus dem narrativen Kontext, sondern auch daraus, dass der Zuschauer um diese Möglichkeiten weiß, weil sie sinnhaftes Handeln darstellt – in diesem Fall, dass Gespräche beim Essen eine besondere Bedeutung haben

können und Mittelpunkt der Aktivität »Essen im Restaurant« sein können. Damit ist klar, dass es in der Szene nicht nur um die abgebildete Nahrungsaufnahme im Restaurant geht, sondern um das Gespräch, das bei Tisch geführt wird. Der Zuschauer hat ein Wissen um die soziale Bedeutung von Restaurants, das er nun in der Rezeption aktivieren kann, um die Szene nicht nur zu verstehen, sondern sie auch mit Bedeutung zu füllen. Dies ist möglich, weil der Filmtext zu seinem Wissen hin geöffnet ist. Es ist leicht vorstellbar, wie komplex diese Bezüge werden, wenn es nicht um so einfache Alltagsbegebenheiten wie Restaurantbesuche und Gespräche geht, sondern z.B. um politische Macht, Hierarchien, Geschlechterverhältnisse, religiöse Praktiken und Ähnliches mehr.

Die Rolle des Wissens der Zuschauer wird noch deutlicher, wenn es nicht nur um die Informationsverarbeitung des Abgebildeten oder Repräsentierten und die Bedeutungszuweisung des Erzählten geht, sondern wenn die textuellen Strategien nach der kognitiven Aktivität der Zuschauer verlangen. Hierbei spielen die sogenannten Leerstellen eine wichtige Rolle, die aus rezeptionsästhetischen Arbeiten der Literatur- und Kunstwissenschaft bekannt sind (vgl. dazu Mikos 2001a, S. 15 ff.; Neuß 2002, S. 17 ff.). In ihnen zeigt sich die Appellstruktur der Texte (vgl. Iser 1979b; Mikos 2001a, S. 177 ff.). Leerstellen bilden gewissermaßen Lücken im Erzählfluss oder in der Repräsentation von Wirklichkeit. Diese Lücken müssen die Zuschauer mit ihrem Wissen füllen. In diesem Sinn sind sie Handlungsanweisungen an die Zuschauer, ihr Wissen zu aktivieren und bedeutungsbildend und sinngenerierend tätig zu werden. Norbert Neuß (2002, S. 19 ff.) hat eine erste Typologie von Leerstellen am Beispiel von Kinderfilmen entwickelt. Danach entstehen Leerstellen im Film durch imaginäre Zeiten und Räume, durch Sprachbilder und Metaphern, durch bildliche Symbole, durch die aktive Ansprache des Rezipienten und das Herstellen von »Wir-Gemeinsamkeit«, durch Fantasie öffnende Tätigkeiten, durch die Wahl der Perspektive und durch Abstraktion. Letzteres macht er am Beispiel von animierten Filmen deutlich, in denen abstrakte Bilder und Geräusche die Aktivitäten der Rezipienten anregen können. Das trifft auch auf die dargestellten Figuren zu. Je weniger detailreich z.B. die Zeichnung einer Figur ist, desto mehr Raum ist vorhanden, um sie mit eigenem Wissen und eigenen Interpretationen zu füllen.

> »So wird z.B. Wickie von ›Wickie und die starken Männer‹ von Kindern mal als Junge und mal als Mädchen interpretiert. Je nachdem, wie man diese Figur füllt, entstehen in dem Film ganz neue Perspektiven und Beziehungskonstellationen« (ebd., S. 22).

Wenn in einem Western z.B. ein Indianer auf einem Berg steht und in die Ferne schaut, werden die Zuschauer dazu angeregt, ihr Wissen zu aktivieren, um sich vorstellen zu können, was der Indianer wohl sieht und welche Gedanken ihm möglicherweise dabei durch den Kopf gehen. Zwar kann die Kamera noch zeigen, wohin der Blick schweift, aber die Gedanken lassen sich bildlich höchstens mit einer Nahaufnahme des Gesichts andeuten. Der Zuschauer ist an dieser Stelle gefragt, sein Wissen einzusetzen, um die Bedeutung dieser Bilder im Rahmen des Erzählkontextes zu verstehen. Leerstellen entstehen in Film und Fernsehen auch durch Auslassungen. So sind in Nachrichtensendungen häufig stereotype Bilder von politischen Treffen zu sehen. Nachdem einige Staatsmänner und Staatsfrauen zunächst einzeln beim Verlassen eines Flugzeugs gezeigt werden, sieht man sie anschließend in trauter Runde versammelt an einem riesigen Konferenztisch sitzen. Da es sich bei dieser Darstellung nicht um die filmische Dokumentation eines Ereignisses in Echtzeit handelt, sondern um die mediale Bearbeitung des dokumentarischen Ausgangsmaterials, das das Ereignis im Medium (re)präsentiert, wird nicht gezeigt, wie die Staatsmänner und -frauen vom Flughafen in den Konferenzraum gelangt sind. Diese Lücke muss der Zuschauer aufgrund der gezeigten Hinweise in dem Nachrichtenfilm mit seinem Wissen schließen: Er muss kognitiv aktiv werden.

Filme und Fernsehsendungen sind nicht nur zum Wissen der Zuschauer hin geöffnet, sondern auch zur sozialen Kommunikation. Sie werden im Alltag benutzt, z.B. indem sie Gegenstand von Gesprächen mit Freunden und Bekannten werden, sie als »kommunikative Ressource« dienen (Keppler 1994, S. 211). Der Gebrauch der Medien im Alltag wird als kommunikative Aneignung bezeichnet (vgl. Faber 2001; Hepp 1998, S. 23 ff.; Holly 2001, S. 13 ff.; Klemm 2000, S. 72 ff.). Dabei werden Filme und Fernsehsendungen nicht nur bewertet, sondern im Rahmen der Kommunikation wird auch ihre Bedeutung ausgehandelt, z.B. in Familiengesprächen (vgl. Keppler 1994, S. 220 ff.). In direkter Kommunikation wird geprüft, ob und wie sie im Alltag und in der Lebenswelt Sinn machen und sinnhaft in die alltäglichen Lebens- und Kommunikationsverhältnisse integriert werden können. Die textuellen Strukturen von Filmen und Fernsehsendungen können Hinweise darauf enthalten. Sie generieren Vorschläge, wie sie mit den Lebensverhältnissen des Publikums in Beziehung treten können. Martin Barker (2000, S. 37) hat dies ihre »Modalitäten des Gebrauchs« genannt. Ein Film kann so über seine textuellen Strukturen anzeigen, wie er vom Publikum benutzt werden und kommunikativ angeeignet werden will. Wenn z.B. in Horrorfilmkomödien für Teenager, den sogenannten »Teen Scream«-

Filmen (vgl. Dirk/Sowa 2000; Mikos 2002, S. 14; Westphal/Lukas 2000, S. 270 ff.) wie der »Scream«-Trilogie oder »The Faculty« zahlreiche visuelle und narrative Anspielungen auf frühere Filme des Genres inszeniert werden, ist das u.a. eine Handlungsanweisung auf eine kommunikative Aneignung im Kreis von Fans dieses Genres. Sie werden sich mit Freunden über die erkannten Anspielungen austauschen und so nach und nach die intertextuellen Bezüge des Films erschließen. Ratgebersendungen im Fernsehen bieten nicht nur Informationen zu bestimmten Themen, die das Wissen der Zuschauer erweitern, sondern sie sind auch auf die kommunikative Aneignung und den Gebrauch im Alltag gerichtet. Wenn z.B. Tipps für das Katerfrühstück am Neujahrstag gegeben werden, ist damit einerseits strukturell die Anregung für die Zuschauer verbunden, sie am betreffenden Tag in die Tat umzusetzen, andererseits können sie auch im Rahmen des sozialen Umfelds als Meinungsführer auftreten und die Tipps an Freunde, Nachbarn, Kollegen und Familienmitglieder weitergeben (vgl. zum Konzept des Meinungsführers exempl. Schenk 2002, S. 320 ff.). In diesem Sinn können Film- und Fernsehtexte ihre Zuschauer anregen, sozialkommunikativ aktiv zu werden und sie in die soziale Zirkulation von Bedeutung einzuspeisen.

In der Analyse können die Strukturen der Film- und Fernsehtexte herausgearbeitet werden, die sie zum Wissen und der sozialen Kommunikation der Zuschauer hin öffnen. Allerdings müssen dabei Differenzierungen vorgenommen werden. So gibt es verschiedene Wissensformen, zu denen die Texte hin geöffnet sind. Peter Ohler (1994, S. 32 ff.) hat zwischen generellem Weltwissen, narrativem Wissen und dem Wissen um filmische Darbietungsformen unterschieden. Der »Rezipient muß mit Hilfe seines generellen Weltwissens aus den gezeigten Szenen Schlußfolgerungen hinsichtlich des nicht gezeigten Geschehens ziehen« (ebd., S. 35). Weltwissen ist also nötig, um z.B. Leerstellen zu füllen. Das Wissen darum, dass man im Restaurant nach dem Essen bezahlen muss und der Bedienung ein Trinkgeld geben sollte, gehört diesem generellen Weltwissen an. Des Weiteren weist Ohler dem narrativen Wissen bei der Verarbeitung filmischer Geschichten eine zentrale Rolle zu. Dabei handelt es sich um Wissen über typische Plots, Rollen von Protagonisten, Handlungssequenzen und Handlungssettings im Rahmen typischer Genres. Zum narrativen Wissen gehört z.B., dass ein Überfall, der von Polizisten beobachtet wird, eine Verfolgungsjagd nach sich ziehen kann und dass hier Gut gegen Böse kämpft. Dazu gehört das Wissen um die Rolle des Moderators in einer Gameshow ebenso wie das Wissen um den typischen Handlungsverlauf eines Fußballspiels, bei dem zwei Mannschaften in

einem Stadion gegeneinander antreten, oder das Wissen darum, dass in einem Korrespondentenbericht in einer Nachrichtensendung der Korrespondent selbst irgendwann im Bild zu sehen sein wird. Dieses Wissen ist abstrakt und unabhängig von einem konkreten Moderator oder einem konkreten Korrespondenten, einem konkreten Stadion und den beiden konkreten Mannschaften. Die dritte Form des Wissens nach Ohler ist das Wissen über filmische Darbietungsformen. Einstellungsgrößen, Schnitte, Kameraperspektiven, Toneffekte, Musik und Montage sind einige »dieser formalen Mittel, die dem Rezipienten als Cues (Hinweise, L.M.) dienen, die das Verständnis der filmischen Narration erleichtern und narrationsbezogene Erwartungen generieren helfen« (ebd., S. 36). Hierzu gehört z.B. das Wissen, dass zwei Personen, die im Schnitt-Gegenschnitt-Verfahren aneinandergeschnitten sind, sich offenbar in einem Dialog befinden oder dass dramatische Musik ein spannendes Ereignis ankündigt. Das narrative Wissen und das Wissen um die filmischen Darbietungsformen sind miteinander verknüpft.

In diesem Zusammenhang spricht Dieter Wiedemann (1993, S. 49) auch von »mentalen Dramaturgien«. In der Analyse kann nun herausgearbeitet werden, welches narrative Wissen erforderlich ist, um die Geschichte eines Films oder einer Fernsehsendung im Kopf entstehen zu lassen, und welches Wissen um filmische Darbietungsformen dabei eine Rolle spielt. Beide Wissensbestände stehen in Bezug zum Weltwissen. Es geht also nicht nur darum, was erzählt wird, sondern wie es erzählt wird und welche Rolle das für die Geschichte im Kopf spielt. Die Wissensformen sind nicht naturgegeben vorhanden, sondern müssen erst erworben werden. Der Umgang mit audiovisuellen Medien ist für jeden Menschen ein Lernprozess. In der audiovisuellen Sozialisation werden die Konventionen und Regeln von Film und Fernsehen erlernt. Daraus folgt, dass die Geschichten im Kopf unterschiedlich ausfallen, weil jeder Mensch eine andere mediale Lerngeschichte erlebt und erfahren hat. So hat z.B. jede Generation ihre eigenen Medienerfahrungen. Die Fernsehgeneration, die mit diesem Medium aufgewachsen ist, entwickelt andere Geschichten im Kopf als die Mitglieder der Generation, die ohne Radio und Fernsehen und nur mit dem Film als Medium aufgewachsen sind. Ebenso hängt z.B. das Verständnis eines Horrorfilms auch vom Wissen um die typischen Gestaltungs- und Erzählmuster des Genres ab. Wer dieses Wissen hat, wird eine andere Geschichte sehen als jemand, der keine entsprechenden Seherfahrungen aufweisen kann.

Gegenstand der Film- und Fernsehanalyse müssen die textuellen Strategien sein, mit denen die kognitiven Aktivitäten der Zuschauer den Film im Kopf

entstehen lassen. Ebenfalls analysiert werden müssen die Textstrategien, die die sozial-kommunikative Aneignung der Filme und Fernsehsendungen vorstrukturieren. Man kann sagen, dass über die sozial-kommunikativen Aktivitäten der Zuschauer die Filme aus dem Kopf wieder heraustreten und zu einem Bestandteil des sozialen Lebens werden, indem sie sich in die soziale Zirkulation von Bedeutungen in den gesellschaftlichen Diskursen einklinken.

1.2 Film- und Fernseherleben

Filme und Fernsehsendungen stellen für Zuschauer auch ein Erlebnispotenzial dar. Sie werden aus Vergnügen angeschaut, weil man lachen oder auch weinen kann. Möglicherweise werden sie aber auch angeschaut, weil ihre Inhalte sich gerade mit spezifischen Lebensthemen der Zuschauer verbinden. Erlebnisse sind für den einzelnen Zuschauer im Kino- oder Fernsehsessel nur möglich, wenn sich der Film oder die Fernsehsendung in seine subjektiven Sinnhorizonte einfügt. Norbert Neumann und Hans Jürgen Wulff haben auf diese »Zwischenstellung des Erlebnisses« hingewiesen:

> »Nun ist gerade die Zwischenstellung des Erlebnisses zwischen den Strukturen des Textes und den aus ihm stimulierten Bedeutungsproduktionen des Subjekts eine methodisch außerordentlich widerspenstige Tatsache. Das Erlebnis ist erst in der Erinnerung abgeschlossen, ist selbst aber eine offene geistige Tätigkeit. Das Erleben ist ein Prozess, eine aktualgenetische Austausch- und Wechselbeziehung zwischen Subjekt und Text. Erleben ist Übersetzen, weil das Bedeutungsangebot des Textes vermittelt werden muss mit den Sinnhorizonten des Erlebenden« (Neumann/Wulff 1999, S. 4).

Im Film- und Fernseherleben vermischt sich das Soziale mit dem Subjektiven, denn sowohl die Texte als auch die Zuschauer sind in soziale und kulturelle Kontexte eingebunden. Das zeigt sich u.a. schon an der Abhängigkeit des Erlebnisses von der Rezeptionssituation: Während man sich im dunklen Kinosaal selbstvergessen dem Geschehen auf der Leinwand widmen und gegebenenfalls den kommunikativen Kontakt zu den Begleitern suchen kann, findet das Fernsehen im häuslichen Ambiente statt, wo zahlreiche Varianten von Störfaktoren bestehen können, die nicht vom Fernsehenden beeinflussbar sind, aber die involvierte, konzentrierte Hinwendung zum Bildschirm behindern – einmal abgesehen davon, dass die Aktivität »Fernsehen« häufig von anderen Tätigkeiten be-

gleitet werden kann. Allerdings hängt das Erlebnis nicht nur von der Intensität der Zuwendung und dem Involvement ab, sondern vor allem von der Verbindung mit den subjektiven Sinnhorizonten. Es findet seinen Ausdruck im Subjekt: »Manchmal aber erfasst der Prozess des Erlebens die ganze Person, vermag Tiefenschichten der Erfahrung, des Wünschens oder der Moral zu aktivieren« (ebd., S. 5). Der Zuschauer ist bewegt und die Zuschauerin kann sich vor Lachen kaum noch halten. In diesem Sinn sind Film- und Fernsehtexte nicht nur zum Wissen und zur sozialen Kommunikation der Zuschauer hin geöffnet, sondern auch zu den Emotionen und Affekten sowie zum praktischen Sinn.

Emotionen und Affekte spielen für das Film- und Fernseherleben eine entscheidende Rolle. »Das Kino ist seit jeher ein privilegierter Ort für Emotionen, und wer über Film und Filmerleben redet, schließt dabei im Grunde stets die emotiven Wirkungen ein, denn sie gehören essenziell dazu« (Wuss 2002, S. 123). Zuschauer gehen schließlich ins Kino, »um sich den Emotionen auszusetzen« (Wulff 2002, S. 109). Das stellte auch schon Hugo Münsterberg im Jahr 1916 in seiner psychologischen Studie »Das Lichtspiel« fest. Dort heißt es: »Die Darstellung von Emotionen muß das Hauptanliegen des Lichtspiels sein« (Münsterberg 1996, S. 65). Emotionen und Affekte treten jedoch in Verbindung mit kognitiven Aktivitäten der Zuschauer auf, denn eine Szene muss verstanden und mit Bedeutung gefüllt werden, bevor die Zuschauenden affektiv berührt sein und Emotionen entwickeln können. Genauso müssen sie die Gefühle der Figuren verstehen können, bevor sie möglicherweise in einem Akt der Empathie mitfühlen. Emotionen sind ohne Kognitionen nicht denkbar. In der Psychologie wird in der Regel zwischen Affekt, Emotion und Mood unterschieden (vgl. dazu Kaczmarek 2000, S. 260). Während Emotionen als innere mentale Zustände gesehen werden, sind Affekte auf ein Objekt gerichtet und »Aspekte der Ereignisbewertungen durch das Subjekt« (ebd., S. 261). Unter Mood (Stimmung) wird ein diffuser Zustand eines Subjekts verstanden, der bestimmte emotionale Bewertungen wahrscheinlicher erscheinen lässt als andere. Wenn ein Zuschauer in einer diffusen Stimmung der Unlust ist, wird es wahrscheinlicher, dass er verschiedene Fernsehsendungen, durch die er gerade zappt, kritisiert, als dass er sich beispielsweise für eine neue Gameshow vollauf begeistern könnte. Wenn er jedoch in einer diffusen Stimmung freudiger Erwartung ist, wird er wahrscheinlich auch noch dem langweiligsten Gespräch in einer Talkshow etwas abgewinnen können und eben nicht entnervt den Fernseher ausschalten.

Um Filme und Fernsehsendungen in ihrem kommunikativen Verhältnis zu den Zuschauern zu analysieren, muss nicht im obigen Sinn zwischen Affekt,

Emotion und Mood unterschieden werden. Stattdessen reicht es meines Erachtens aus, zwei grundlegende Arten von Emotionen zu unterscheiden (vgl. Mikos 2001a, S. 110 ff.): sogenannte Erwartungsaffekte, die in einem engen Zusammenhang mit Kognitionen stehen, und Emotionen als situative Erlebnisqualität und sinnliche Erfahrung, die auf früheren, lebensgeschichtlich bedeutsamen Erfahrungen der Zuschauer beruhen. Dies geht weiter als die rein psychologischen Bestimmungen, da Emotionen hier nicht als isolierte, intraindividuelle Erregungsstufen angesehen werden, sondern in Beziehung zur sozialen Realität der Rezipienten gesehen werden. Denn Emotionen können nur im situativen Rahmen sozialer Interaktionen auftauchen. Sie sind ebenso wie die Kognitionen notwendiger Bestandteil der Interpretation von Situationen; ohne sie kann das Subjekt nicht handeln. Die »je aktuellen Gefühle sind ein relevanter und unverzichtbarer Teil dafür, daß der Mensch aktiv handelt und erlebt, wie er es tut, also ein inhärenter Bestandteil seiner Interpretation« (Krotz 1993, S. 112). Das wird auch in Bezug zur Film- und Fernsehrezeption deutlich. So hat Ed S. Tan (1996, S. 195 ff.) ein Modell des Emotionsprozesses in Bezug auf die Spielfilmrezeption vorgelegt. Er geht davon aus, dass die narrative Struktur eines Filmtextes ein Situationsmodell aufbaut, in dem eine emotionale Bedeutungsstruktur aufgehoben ist, und erst dadurch kommt es zu einer emotionalen Reaktion bzw. Antwort. Das ist nur möglich, weil Handlungssituationen – ob im Film oder im Alltag – grundsätzlich eine emotionale Bedeutungsstruktur aufweisen. Deutlich wird so, dass die Emotionen nicht nur von Figuren und Charakteren im Film oder der Fernsehsendung angeregt werden (vgl. Smith 1995), sondern auch von dramatischen Konflikten, die z.B. zu einer emotionalen Anspannung der Zuschauer führen können (vgl. Wuss 1999, S. 318 f.), sowie von den Interaktionsbeziehungen, die sich im »sozialen Kleinsystem« (Wulff) der Handlung eines Films ergeben. In diesem Sinn geht Hans J. Wulff (2002, S. 110) davon aus, dass sich z.B. Empathie nicht einfach auf einzelne Figuren richtet, sondern dass Spielfilme ein »empathisches Feld« aufbauen. Darunter versteht er imaginierte Szenarien, die als ein symbolischer Kontext »des sozialen Lebens, des Genres, der besonderen Handlung und des besonderen dramatischen Konflikts« (ebd.) gesehen werden, der sowohl in Geschichten als auch in Personenkonstellationen integriert ist. Figuren und Charaktere werden dann im Rahmen dieses symbolischen Kontextes wahrgenommen. Erst so kann sich Empathie entwickeln.

Man kann zwischen positiven und negativen Erwartungsaffekten unterscheiden (vgl. Bloch 1985, S. 121 ff.). Angst, Schrecken und Verzweiflung zählen nach Bloch zu den negativen, Hoffnung und Zuversicht zu den positiven Erwar-

tungsaffekten. Sie sind in der Regel unbestimmt, denn sie verweisen auf die Zukunft. In der Film- und Fernsehrezeption werden im Rahmen von filmischen und fernsehspezifischen Konventionen, Genremustern und narrativen Strukturen Situationen aufgebaut, die den Zuschauer in die Erwartung von Angst und Schrecken versetzen. Die Situation wird mit Hilfe der kognitiven Wissensbestände als eine interpretiert, die im Rahmen der künftigen Handlung Bedrohliches erwarten lässt. Erst wenn dies gelingt, werden die Zuschauer affektiv vereinnahmt. Die positiven Erwartungsaffekte Hoffnung und Zuversicht gehen nach Bloch auch mit der Erwartung von sogenannten »gefüllten« Affekten einher, die an Erinnerungsvorstellungen gebunden sind (ebd., S. 122). Die aufgebaute Erwartung zielt darauf ab, einen Möglichkeitsraum zu schaffen, in dem die Zuschauer aufgrund ihrer Erinnerungsvorstellung mit der Wiederbelebung vergangener Gefühle wie Freude, Liebe, Glück, Neid, Eifersucht usw. rechnen können. Da diese Gefühle generell an Situationen sozialer Interaktion gebunden sind, können sie anhand entsprechender Situationen in den Film- und Fernsehtexten wieder belebt und aus der Erinnerung heraus erneut empfunden werden. Darin gründet die Rolle von Emotionen als situative Erlebnisqualität. Deutlich wird, dass Erwartungsaffekte und Emotionen durch die in den Film- und Fernsehtexten dargestellten Handlungssituationen im Kontext von Konventionen der Darstellung, Genremustern sowie narrativen und dramaturgischen Strukturen vorstrukturiert und angeregt werden. Die textuellen Strategien zielen damit auf die emotionalen Aktivitäten der Zuschauer ab. Filme und Fernsehsendungen sind in diesem Sinn zu den Affekten und Emotionen der Zuschauer hin geöffnet. In der Analyse können diese Strukturen in ihrer Funktionalität für die Zuschauer herausgearbeitet werden.

Daneben sind Film- und Fernsehtexte aber auch zum praktischen Sinn der Rezipienten hin geöffnet. Der praktische Sinn regelt die routinisierten und rituellen Handlungen des Alltags, er ist an soziale Praktiken gebunden. Pierre Bourdieu (1976, S. 228 ff.) hat diese Praxisform durch die Analyse der kabylischen Gesellschaft entdeckt und später zu einer Kritik der theoretischen Vernunft weiterentwickelt, indem er dem praktischen Sinn eine eigene »Logik der Praxis« zuweist (vgl. Bourdieu 1987, S. 147 ff.), die völlig »in der Gegenwart und in den praktischen Funktionen« aufgeht (ebd., S. 167). Der praktische Sinn eines Objekts ist durch den Zusammenhang, den es in einer Handlung hat, bestimmt (vgl. auch Weiß 2001, S. 41 ff.). Auf diese Weise kann z.B. das Kino im Rahmen des praktischen Sinns dadurch bestimmt sein, dass man immer nur am Wochenende mit Freunden in ein Multiplex geht. Das wird zu einer routinisier-

ten und rituellen Handlung, die vollzogen wird, ohne unbedingt ein Bewusstsein von ihr erlangen zu müssen. Genauso kann z.B. das Fernsehen als rituelles Objekt der Entspannung und Zerstreuung Bestandteil des praktischen Sinns sein. Da die Objekte aber an konkrete Praxisformen gebunden sind, können sie »in verschiedenen Praxiswelten Verschiedenes zum Komplement haben und daher je nach Art der Welt verschiedene, sogar entgegengesetzte Eigenschaften annehmen« (Bourdieu 1987, S. 158) und Bedeutungen haben. Im praktischen Sinn des alltäglichen Handelns in unterschiedlichen Situationen zeigt sich die Transformation der gesellschaftlichen Strukturen in subjektives Handeln nach den Prinzipien des Lebenssinns (vgl. Weiß 2000, S. 45). Der lebenspraktische Sinn von Film und Fernsehen ergibt sich aus den routinisierten und rituellen Handlungen der Menschen mit ihnen (vgl. Meyen 2006; die Beiträge in Huber/Meyen 2006; Pfaff-Rüdiger/Meyen 2007; Röser 2007; zum Fernsehen im Alltag Mikos 2004, Mikos 2005). Der praktische Sinn des sozialen Handelns umfasst dabei »eine Art ›implizites Wissen‹ von der Relevanz, Bedeutung und Geeignetheit bestimmter Handlungsweisen, das sich im Akteur durch soziale Einübung und Erfahrung im fortlaufenden Handlungsvollzug eingelebt hat« (Hörning 2001, S. 162). Da Filme Schauen und Fernsehen als eingeübte Handlungen gelten können, die im Verlauf der Mediensozialisation routinisiert und ritualisiert wurden, offenbart sich der praktische Sinn gerade in den Gewohnheiten, die damit verbunden sind. Die Rezeption von Filmen und Fernsehsendungen wird zu einer gewohnheitsmäßigen performativen Praxis. Dabei spielt besonders der lebensweltliche Wissenshorizont als kulturelles Hintergrundwissen eine Rolle, allerdings nur in der Form, in der er sich in der sozialen Praxis zeigt.

> »Den regelmäßigen Handlungspraktiken unterliegen damit indirekt kulturelle Schemata, die in routinisierten Interpretationen und Sinnzuschreibungen der Akteure Eingang ins Handlungsgeschehen finden und dort als implizite Unterscheidungsraster wirken, die bestimmte Gebrauchsformen nahelegen und andere als unpassend ausschließen« (ebd., S. 165).

Eine Form, in der sich der lebensweltliche Wissenshorizont in der Praxis zeigt, sind die handlungsleitenden Themen der Menschen. In ihnen zeigt sich »die spezifische soziale Prägung der *Lebensphase*« (Weiß 2000, S. 57; H.i.O.). Sie beziehen sich auf die gesamte Lebenssituation einer Person (vgl. Charlton/Neumann 1986, S. 31; Mikos 2001a, S. 89). Film- und Fernsehtexte sind sowohl zum praktischen Sinn der Menschen allgemein als auch zu ihren kulturell geprägten handlungsleitenden Themen hin geöffnet. Ihre textuelle Struktur bietet Raum für routinisierte und rituelle Aktivitäten in den lebensweltlichen

Zusammenhängen und kulturellen Kontexten der Zuschauer. In der Analyse muss diese Struktur ebenso herausgearbeitet werden wie jene, die die kognitiven, emotionalen und sozial-kommunikativen Aktivitäten des Publikums vorstrukturieren. In der textuellen Struktur zeigt sich das implizite Publikum (Barker 2000, S. 48 ff.) oder der Zuschauer im Text, der aus der Literaturwissenschaft als impliziter Leser (Iser 1979a) und aus der Kunstwissenschaft als impliziter Betrachter (Kemp 1992) bekannt ist.

Gegenstand der Film- und Fernsehanalyse ist aus rezeptionsästhetischer Sicht die textuelle Struktur von Filmen und Fernsehsendungen, weil durch sie die Rezeptions- und Aneignungsaktivitäten vorstrukturiert werden. Alle Formen der Darstellung, alle Zeichensysteme, die in diesen beiden audiovisuellen Medien benutzt werden, sind sowohl im Rahmen der Struktur der Texte als auch im Rahmen ihrer Funktion für die kognitiven, affektiven und emotionalen, sozialkommunikativen, routinisierten und rituellen Aktivitäten des Publikums zu untersuchen. In diesem Sinn muss die Analyse immer mögliche und faktische Rezeptionen und Aneignungen im Blick haben, denn: »Mediale Produkte sind nicht unabhängig von genutzten und ungenutzten Möglichkeiten ihrer rezeptiven Aneignung zu verstehen« (Keppler 2001, S. 142). Allerdings ist dabei zu berücksichtigen, dass auf allen Ebenen der Publikumsaktivitäten in der Rezeption und Aneignung die kulturellen und sozialen Kontexte zu berücksichtigen sind, in die sowohl die Film- und Fernsehtexte als auch die Aktivitäten der Zuschauer eingebunden sind.

> »Was einen Text ausmacht, können wir erst dann ganz begreifen, wenn wir untersuchen, wie sich die Texte an ihre Leser oder Zuschauer wenden und wie die Leser, für sich oder als Gruppe betrachtet, Texte interpretieren und in ihre alltägliche Lebenspraxis integrieren, d.h.: wenn wir analysieren, wie Texte in einem bestimmten gesellschaftlichen Raum zirkulieren und Wirkung entfalten« (Casetti 2001, S. 156).

Fragen zum Verständnis

- Warum kann man Filme und Fernsehsendungen nicht nur als audiovisuelle Produkte, sondern als Kommunikationsmedien verstehen?
- Wodurch ist Film- und Fernsehverstehen gekennzeichnet und was versteht man unter Film- und Fernseherleben?
- Welche Wissensformen spielen in der Rezeption und Aneignung von Filmen und Fernsehsendungen eine Rolle?
- Welche Emotionen spielen in der Rezeption und Aneignung von Filmen und Fernsehsendungen eine Rolle?
- Was ist unter dem praktischen Sinn als eine Rezeptions- und Aneignungsaktivität zu verstehen?
- Was wird unter der Textualität von Filmen und Fernsehsendungen verstanden?
- Welche Zuschaueraktivitäten werden von den Film- und Fernsehtexten vorstrukturiert?

1.3 Zitierte Literatur

Barker, Martin (2000): From Antz to Titanic. Reinventing Film Analysis. London/Sterling, VA

Bloch, Ernst (1985): Das Prinzip Hoffnung. Band 1. Frankfurt a.M. (Erstausgabe 1959)

Bourdieu, Pierre (1976): Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabylischen Gesellschaft. Frankfurt a.M. (Originalausgabe 1972)

Bourdieu, Pierre (1987): Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft. Frankfurt a.M. (Originalausgabe 1980)

Casetti, Francesco (2001): Filmgenres, Verständigungsvorgänge und kommunikativer Vertrag. In: Montage/AV, 10/2, S. 155–173

Charlton, Michael/Neumann, Klaus (1986): Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – mit fünf Falldarstellungen. München/Weinheim

Dirk, Rüdiger/Sowa, Claudius (2000): Teen Scream. Titten und Terror im neuen amerikanischen Kino. Hamburg/Wien

Faber, Marlene (2001): Medienrezeption als Aneignung. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich/Bergmann, Jörg (Hrsg.): Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen. Wiesbaden, S. 25–40

Fiske, John (1987): Television Culture. London/New York