

Lothar Mikos

Film- und Fernsehanalyse

4. Auflage



Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Brill | Schöningh – Fink • Paderborn

Brill | Vandenhoeck & Ruprecht • Göttingen – Böhlau • Wien • Köln

Verlag Barbara Budrich • Opladen • Toronto

facultas • Wien

Haupt Verlag • Bern

Verlag Julius Klinkhardt • Bad Heilbrunn

Mohr Siebeck • Tübingen

Narr Francke Attempto Verlag – expert verlag • Tübingen

Psychiatrie Verlag • Köln

Ernst Reinhardt Verlag • München

transcript Verlag • Bielefeld

Verlag Eugen Ulmer • Stuttgart

UVK Verlag • München

Waxmann • Münster • New York

wbv Publikation • Bielefeld

Wochenschau Verlag • Frankfurt am Main



Prof. Dr. Lothar Mikos lehrt Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Freien Universität Berlin, der Filmuniversität Babelsberg und der Alpen-Adria Universität Klagenfurt.

Lothar Mikos

Film- und Fernsehanalyse

4., überarbeitete und erweiterte Auflage

UVK Verlag · München

Umschlagabbildung: © Farknot Architect – Adobe Stock; © Devrimb – iStock
Autorenfoto: privat

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

DOI: <https://doi.org/10.36198/9783838559810>

- 4., überarbeitete und erweiterte Auflage 2023
- 3., überarbeitete und aktualisierte Auflage 2015
- 2., überarbeitete Auflage 2008
- 1. Auflage 2003

© UVK Verlag 2023

– ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

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.

Alle Informationen in diesem Buch wurden mit großer Sorgfalt erstellt. Fehler können dennoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen übernehmen deshalb eine Gewährleistung für die Korrektheit des Inhaltes und haften nicht für fehlerhafte Angaben und deren Folgen. Diese Publikation enthält gegebenenfalls Links zu externen Inhalten Dritter, auf die weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen Einfluss haben. Für die Inhalte der verlinkten Seiten sind stets die jeweiligen Anbieter oder Betreibenden der Seiten verantwortlich.

Internet: www.narr.de

eMail: info@narr.de

Einbandgestaltung: siegel konzeption | gestaltung
CPI books GmbH, Leck

utb-Nr. 2415

ISBN 978-3-8252-5981-5 (Print)

ISBN 978-3-8385-5981-0 (ePDF)

ISBN 978-3-8463-5981-5 (ePub)



Inhalt

Vorwort zur 4. Auflage	8
Einleitung	10
Teil I: Theorie und Methodik	29
1 Die Kommunikationsmedien Film und Fernsehen	30
1.1 Film- und Fernsehverstehen	34
1.2 Film- und Fernseherleben	40
1.3 Zitierte Literatur	46
2 Erkenntnisinteresse	52
2.1 Inhalt und Repräsentation	55
2.2 Narration und Dramaturgie	58
2.3 Figuren und Akteur:innen	61
2.4 Ästhetik und Gestaltung	64
2.5 Kontexte	68
2.6 Zitierte Literatur	78
3 Systematik der Analyse	87
3.1 Operationalisierung	90
3.2 Arbeitsschritte	93
3.2.1 Hilfsmittel	107
3.2.2 Auswertung	112
3.2.3 Präsentation	114
3.3 Zitierte Literatur	117
Teil II: Film- und Fernsehanalyse	121
1 Inhalt und Repräsentation	122
1.1 Plot und Story I	128

1.2	Raum und Zeit	131
1.3	Interaktionsverhältnisse	135
1.4	Situative Rahmungen	138
1.5	Zitierte Literatur	142
2	Narration und Dramaturgie	146
2.1	Plot und Story II, Sujet und Fabel	151
2.2	Horizontale und vertikale Dramaturgie in Fernsehserien	160
2.3	Spannung und Suspense	166
2.4	Komik	172
2.5	Bedrohung	177
2.6	Zitierte Literatur	184
3	Figuren und Akteur:innen	192
3.1	Personen und Rollen	201
3.2	Stars und Celebrities	205
3.3	Identifikation	208
3.4	Empathie und Sympathie	211
3.5	Parasoziale Interaktion	216
3.6	Immersion	220
3.7	Zitierte Literatur	223
4	Ästhetik und Gestaltung	230
4.1	Kamera	231
4.2	Licht	248
4.3	Schnitt und Montage	256
4.4	Ausstattung	277
4.5	Ton und Sound	282
4.6	Musik	288
4.7	Visuelle Effekte und Spezialeffekte	293
4.8	3D-Ästhetik	304
4.9	Zitierte Literatur	307
5	Kontexte	317
5.1	Gattung, Genre und Format	320
5.2	Intertextualität vs. Transmedia Storytelling	333
5.3	Diskurse	346

5.4	Lebenswelten	354
5.5	Produktion und Markt	359
5.6	Zitierte Literatur	368
Teil III: Beispielanalysen		385
1	Handlungsleitende Themen in »Terminator 2 – Judgement Day«	386
2	Blockbuster als Metagenre: »Der Herr der Ringe«	392
3	Transmedia Storytelling und Echtzeiterzählung in »DRUCK« ..	400
4	Hybridität in Fernsehformaten: die Beispiele »Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!« und »Game of Thrones«	408
5	Adaptionsstrategien in Showformaten: »Germany’s Next Topmodel« und »Wer wird Millionär?«	417
6	Dichte Erzählung: Spannungsinzenierung in »24«	423
7	Transatlantische Narration in den Serien »Borgia« und »Die Borgias«	438
Literatur		449
1	Film- und Fernsehanalyse	449
2	Filmtheorie	451
3	Fernseh- und Medientheorie	456
4	Genretheorie	459
5	Intertextualität und Transmedia Storytelling	460
6	Diskurstheorie	462
7	Lebenswelt	462
8	Film- und Fernsehmarkt	463
Index		467
1	Abbildungen	468
2	Filme und Fernsehsendungen	469
3	Sachregister	480

Vorwort zur 4. Auflage

Als die erste Auflage dieses Lehrbuches im Jahr 2003 erschien, gab es noch keinen Gedanken daran, dass es fast 20 Jahre später eine vierte Auflage geben würde. Die Medienlandschaft hat sich in dieser Zeit durch Digitalisierung und Globalisierung stark gewandelt. Filme und Fernsehsendungen werden zwar nach wie vor produziert, aber die Technik der Herstellung hat sich ebenso gewandelt wie die Formen der Verbreitung und der Nutzung. Die Veränderungen werden in der aktuellen Neuauflage des Buches berücksichtigt. Alle Kapitel wurden aktualisiert und überarbeitet. Dabei flossen nicht nur neue Erkenntnisse der Film- und Fernsehwissenschaft ein, sondern auch die veränderte Medienlandschaft wurde berücksichtigt. Drei Kapitel sind neu hinzugekommen (II.3.2, III.3 und III.7), alle anderen Kapitel wurden aktualisiert und überarbeitet.

Wenn die vierte Auflage eines Buches gedruckt wird, scheint es den Leser:innen nicht nur zu gefallen, sondern sie können es offenbar auch benutzen. Daher gilt mein Dank allen bisherigen Leser:innen. Wissenschaftliche Erkenntnis, die in ein Lehrbuch einfließt, entsteht nur selten in einsamer Lektüre- und Denkarbeit, sondern im kommunikativen Austausch mit Kolleg:innen und Studierenden. Daher gebührt mein Dank allen, mit denen ich in den vergangenen Jahren Aspekte der Film- und Fernsehanalyse diskutieren durfte. Sie alle namentlich zu nennen, würde den Rahmen sprengen.

Einigen Kolleg:innen und Freund:innen möchte ich dennoch persönlich danken, ohne euch wäre mein Leben an der Hochschule und der ‚Scientific Community‘ wesentlich ärmer gewesen: Shari Winona Adlung, Gunhild Agger, Margret Albers, Ilona Ammann, Stefanie Armbruster, Lukas Arnold, Ben Bachmair, Luca Barra, Hauke Bartel, Cathrin Bengesser, Stina Bengtsson, Göran Bolin, Esra Bonkowski, Uwe Breitenborn, Christina Burkhardt, Lea Busch, Jörg Buttgerit, Deborah Castro Marino, José Manuel Damasio, Matilde Delgado, Alexander Dhoest, Sarah Dombrink, Cia Edström, Maria Edström, Susanne Eichner, Audun Engelstad, Gina Plana Espinet, Andrea Esser, Karin Fast, Iliana Ferrer, Julia Fidel, Regina Frieß, Lea Gamula, Johannes Gawert, Stephan Görland, Udo Göttlich, Andreas Halskov, Kim Toft Hansen, Christine Hartmann, Line Hassall Thomsen, Conrad Heberling, Olof Hedling†, Katja Herzog, Sebastian Hienzsch, Ulrich Hienzsch, Annette

Hill, Matt Hills, Anna Jakisch, Pia Majbritt Jensen, Anna Jurzik, Jesko Jockenhövel, Stan Jones, Richard Kilborn, Barry King, Anna Luise Kiss, Barbara Knabe, Tobias Krell, Nicole Kühner, Leif Ove Larsen, Sandra Lehner, Christine Linke, Sonia Livingstone, Giancarlo Lombardi, Kenneth Longden, Juan Francisco Gutiérrez Lozano, Peter Lunt, Peter Mänz, Janet McCabe, Chris Meir, Andreas Meissner, Ulrich Michel, Claudia Mikat, Kathrin Müller, Klaus Neumann-Braun, Antonia Nooke, Hugh O'Donnell, David Levente Palatinus, Corinna Peil, Marta Perrotta, Anna-Sophie Philippi, Eric Pommer, John Pommer†, Emili Prado, Elizabeth Prommer, Roel Puijk, Julia Queck, Kim Katharina Richter, Kristina Riegert, Alexander Rihl, Edda Rihl, Hella Rihl, Willem Rihl, Dominik Rohrmoser, Anett Sass, Oliver Schablitzki, Rebecca Scharlach, Thomas Schick, Kim Christian Schröder, Carolin Schwarzmann, Stefano Semeria, Francesca Shafé, Tim Soltau, Hans-Jörg Stiehler, Marcus Stiglegger, Paula Syniawa, Claudia Töpfer, Joachim Trebbe, Sue Turnbull, Hilde van den Bulck, Verena Veihl, Miguel Vicente, Lea von den Steinen, Anne Marit Waade, Ingela Wadbring, Lutz Warnicke, Michael Wedel, Carolin Wenzel, Elke Weissmann, Dieter Wiedemann, Gary Whannel, Rainer Winter, Peter Wuss, Yulia Yurtaeva-Martens und Lina Mareike Zopfs.

Karin Dirks, Mareike Ellerhoff, Julia Fidel, Evelin Haible, Katja Herzog, Juliane Kranz, Leah Lomb, Linda Pfaff und Verena Veihl leisteten einen wesentlichen Beitrag zur Fertigstellung des Manuskripts dieser und vorheriger Auflagen. Sonja Rothländer begleitete das Projekt von der ersten bis zur dritten Auflage mit Geduld und sachkundiger Kritik. Bei Uta Preimesser und Nadja Hilbig war die Betreuung dieser aktuellen Auflage gut aufgehoben. Ich widme dieses Buch allen Studierenden, mit denen ich Fragen der Film- und Fernsehanalyse diskutieren durfte – und denjenigen Studierenden, denen das Buch eine Hilfe war.

Berlin, im Januar 2023

Einleitung

Wir leben offenbar in einem visuellen Zeitalter. Ohne audiovisuelle Medien geht es nicht mehr. Videos auf Nachrichtenportalen oder auf YouTube, Filme im Kino, im Fernsehen oder auf Streaming-Plattformen, Fernsehsendungen im linearen Fernsehen oder in den Mediatheken, Bilder sind überall. Im Jahr 2020 gab es laut der Mavise-Datenbank des European Audiovisual Observatory 10.839 Fernsehkanäle und 2799 On-Demand-Plattformen in Europa (vgl. Schneeberger 2021, S. 6).

Die massive Präsenz audiovisueller Medien hat auch dazu geführt, dass die Beschäftigung mit Filmen und Fernsehsendungen sich weiterhin großer Beliebtheit erfreut. Essayist:innen, Journalist:innen und Wissenschaftler:innen 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 jede:r Filme analysiert, stellt sich die Frage, worin sich die wissenschaftliche Analyse von der alltäglichen unterscheidet.

Im Duden heißt es zum Stichwort »Analyse«: »Untersuchung, bei der etwas zergliedert, ein Ganzes in seine Bestandteile zerlegt wird« (Duden 2022). 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 2006/2019, S. 23 ff.; Frederking 2006; Henzler/Pauleit 2008; Hofmann/Lassacher 2013; Holzwarth/Maurer 2019; Kamp/Braun 2011; Mikos 2005; Spielmann 2011; Wegener 2016; Zahn 2012 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). In diesem Sinne trägt sie zu einer Professionalisierung des Sehens bei. 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 Produktionsseite 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:innen – bzw. in ihrem Körper, denn audiovisuelle Bilder können »erst in der Wahrnehmung [...] zu Bewegungsbildern werden« (vgl. Kappelhoff 2018, S. 7). Nur wenn sie gesehen oder erlebt werden, treten sie in einen Kommunikationsprozess ein. Bereits der französische Regisseur und Filmkritiker François Truffaut (1977, S. 100) stellte einst fest: »Wenn ein Film einen gewissen Erfolg hat, ist er ein soziologisches Ereignis und die Frage seiner Qualität wird sekundär.« Allerdings wird hier davon ausgegangen, dass es die Qualitäten der Textstrukturen sind, die den Erfolg eines Films wesentlich beeinflussen, denn sie

sind für die Interaktion mit den Zuschauer:innen zentral. *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.

Da keine »universelle Methode der Filmanalyse« existiert (Aumont/Marie 2020, S. 27), werden im Folgenden verschiedene Ansätze kurz dargestellt. In der Filmanalyse wurde bisher, angeregt durch die seit den 1960er Jahren starke theoretische Beschäftigung mit Film, vor allem aus der wissenschaftlichen Perspektive der Semiotik, 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 Filmbilder, 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 1960er und 1970er Jahren durch Semiotiker wie Christian Metz (1972) weiterentwickelt und dann in den Einführungen zur Filmanalyse aufgegriffen. Allerdings hatte Metz (ebd., 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« bzw. der »Fernsehsprache« weiterhin Konjunktur (vgl. Bienk 2006/2019; Edgar u. a. 2010/2015; Joost 2008; Jost/Kammerer 2012; Marshall/Werndly 2002; Vallet 2016/2019; Wharton/Grant 2007), und es wird davon ausgegangen, dass die Verwendung filmischer Codes auf Sprache basiert (Kuchenbuch 2005, S. 98 ff.), die Beschreibung von filmischen Darstellungsweisen auf linguistische Strukturen zurückgreift (Branigan 2006; Vallet 2016/2019), und das »Zeichensystem des Films« (Beil u. a. 2012/2016, S. 11) die Grundlage semiotischer Filmanalysen ist (vgl. Gräf u. a. 2011/2017; Kanzog 2007). 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 Zuschauer:innen zu kommunizieren. Dabei spielen inhaltliche, darstellerische, dramaturgische, erzählerische und ästhetisch-gestalterische

Mittel ebenso eine Rolle wie die Kontexte, in die filmische Strukturen und Zuschauer:innen 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:innen 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:innen. Die »Sinnhaftigkeit« von Filmen und Fernsehsendungen existiert nicht als quasi objektive faktische Gegebenheit, sondern wird erst während des Zuschauens von den Zuschauer:innen hergestellt.

Die Bücher zur Filmanalyse, die seit den 1980er Jahren erschienen sind (vgl. Beil u. a. 2012/2016; Faulstich 1988; Faulstich 2002/2013; Hickethier 1993/2012; Kamp/Braun 2011; Keutzer u. a. 2014; Korte/Faulstich 1988; Korte 1999/2010; Kuchenbuch 2005; Monaco 1980/2009), verfolgen zwar einen etwas weiteren Ansatz und greifen auch auf neuere Filmtheorien aus dem angelsächsischen Raum zurück (vgl. Beil u. a. 2012/2016; Kuchenbuch 2005; Kurwinkel/Schmerheim 2013; Ottiker 2019 sowie die Beiträge in Groß/Morsch 2021 und Hagener/Pantenburg 2020), doch der kommunikative Aspekt des Films wird nur am Rand berücksichtigt. In der angelsächsischen Literatur orientieren sich die Einführungen in erster Linie an theoretischen Positionen, die eine Filmanalyse leiten können (vgl. Benshoff 2016; Berger 1982/2018; Gledhill/Williams 2000; Hill/Church Gibson 1998; Hollows/Jancovich 1995; Nelmes 1996/2012), sie stellen Einzelanalysen von Filmen in den Mittelpunkt, die verschiedene Aspekte der Analyse betonen (vgl. Barker 2000; Cardullo 2015; 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 2005/2013; 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 1979/2020; Caldwell 2005/2011; Gillespie/Toynbee 2006; Phillips 1999/2009; Ryan/Lenos 2012/2020; Wharton/Grant 2007 und zum Teil Salt 1983/2009; Salt 2006). Im romanischen Raum steht weiterhin die Semiotik hoch im Kurs (vgl. Aumont/Marie 1988/2020; Bellour 1979/1995; Mitry 2000). Ausgehend von linguistischen und semiotischen Ansätzen wurde eine multi-modale Filmanalyse entwickelt (vgl. Bateman/Schmidt 2014 sowie die Beiträge in Wildfeuer/Bateman 2019), in der der Beitrag der semiotischen Multimoda-

lität zur Bedeutungsbildung des Films im Mittelpunkt steht. Allerdings gibt es auch Ausnahmen (Casetti/di Chio 1990/1994; Goliot L  t  /Vanoye 1992/2015), die über eine rein semiotische Analyse hinausgehen. In jüngerer Zeit hat sich die Soziologie vermehrt dem Thema Film zugewandt. Mit der dokumentarischen Methode wird versucht, Strukturmerkmale von Fotos oder Videos bzw. Filmen zu identifizieren, um in einer reflektierenden Interpretation zur dokumentarischen Sinnebene und zur performativen Struktur zu gelangen (vgl. Bohnsack 2009/201, S. 150; siehe auch Bohnsack/Fritzsche/Wagner-Willi 2015; Hampl 2017). Es handelt sich bei der dokumentarischen Methode um ein Verfahren der Interpretation und kein Analyseverfahren. In den (wissens-)soziologischen Analyseans  tzen geht es in erster Linie um den Beitrag der Filme zur gesellschaftlichen Konstruktion der Wirklichkeit sowie ihre gesellschaftliche Bedeutung (vgl. Peltzer/Keppler 2015 sowie die entsprechenden Beiträge in Dimbath/Heinze 2021; Geimer u. a. 2018; Geimer u. a. 2021): »Produkte aus Film und Fernsehen sind grundsätzlich als Instanzen der Sinngebung zu betrachten, die auf verschiedene Arten und Weisen an der gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit teilhaben« (Peltzer/Keppler 2015, S. 10). Filme und Fernsehen werden hier als »Instanzen der Sinngebung« gesehen. So muss es in der Analyse darum gehen zu untersuchen, »welche Auffassungen von Wert und Wirklichkeit sich in den Produkten aus Film und Fernsehen manifestieren« (Peltzer/Keppler 2015, S. 10).

Die Fernsehanalyse hat im Gegensatz zur Filmanalyse bisher kaum Interesse gefunden und schlägt sich dementsprechend selten in einführenden Publikationen nieder. Die deutschsprachigen Publikationen zur Fernsehanalyse versammeln Aufsätze, die sich aus verschiedenen theoretischen Perspektiven auf Einzelaspekte des Fernsehens konzentrieren (Hickethier 1994) oder setzen sich pauschal mit verschiedenen Sendungsformen auseinander, ohne spezifische Analyseschritte zu vollziehen (Faulstich 2008). Das trifft auch auf die in Großbritannien und Italien erschienenen Bücher zu (Allen/Hill 2004; Casetti/di Chio 1997/2000; Creeber 2006; Geraghty/Lusted 1998; McQueen 1998; Miller 2002/2010; Wasko 2005). Lediglich Knut Hickethier geht in seinem Buch »Film- und Fernsehanalyse« (1993/2012) neben dem Film explizit auf das Fernsehen ein. Im englischsprachigen Raum bieten Jonathan Bignell (2004/2012), Graeme Burton (2000), Karen Lury (2005) und Phil Wickham (2007) eine umfassende Einführung in die Fernsehanalyse. Letztere geht dabei auf Bild und Ton sowie Zeit und Raum ein.

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts sind Filme und Fernsehsendungen nicht nur im Kino und im klassischen linearen Fernsehen verfügbar, sondern werden auch auf Online-Plattformen gestreamt, und sie können auch mobil auf dem Tablet oder dem Smartphone genutzt werden. Die Entwicklung digitaler und mobiler Medien hat neue Möglichkeiten entstehen lassen, die Angebote auf verschiedene mediale Plattformen zu verteilen, um so das Publikum über verschiedene Nutzungsformen einzubinden. Einerseits verschwimmen die Grenzen zwischen den Medien, andererseits ergeben sich neue, technische Differenzen. Während Kino- und Fernsehbilder hauptsächlich im 4:3 Querformat zu sehen sind, benutzen Instagram oder TikTok für die Bilder das 4:5 Hochformat.

Die Grenzen verschwimmen sowohl in technischer, ökonomischer, inhaltlicher und ästhetischer Hinsicht als auch mit Blick auf die Nutzung von Medienangeboten. Menschen handeln in »konvergierenden Medienumgebungen« (Hasebrink u. a. 2004, S.10). Damit ist »die Gesamtheit der Phänomene der Konvergenz auf den verschiedenen Ebenen sowie der zunehmend ausdifferenzierten Formen von Crossmedialität« (ebd.) gemeint. In ökonomischer Hinsicht kann Konvergenz als eine »Ausweitung der kommerziellen Reichweite einzelner Filme oder Unterhaltungsangebote durch die Verbindung mit anderen Absatzmärkten« (Keane 2007, S.2) gesehen werden, »deren ultimatives Ziel es ist, den gleichen Markeninhalt über verschiedene Medien zu verbreiten« (ebd.). Allerdings findet die Konvergenz auf den Ebenen der materiellen Bedingungen der Medienkommunikation, den institutionellen Bedingungen und den Inhalten und Diskursen statt (Bruhn Jensen 2010/2022). Auf der Seite der Mediennutzer:innen kommt dem das Bedürfnis entgegen, beliebte Inhalte auf verschiedenen Medienplattformen zu suchen. Das gilt offenbar besonders für Angebote, die der Unterhaltung dienen, wie Henry Jenkins bemerkt:

»Unter Konvergenz verstehe ich die Ausbreitung von Inhalten über verschiedene Medienplattformen, die Kooperation zwischen verschiedenen Medienindustrien und das nomadische Verhalten von Medienpublika, die auf der Suche nach den Unterhaltungserlebnissen, die sie wünschen, nahezu überall hingehen« (Jenkins 2006, S.2).

Dabei zeigen sich allerdings unterschiedliche Muster der konvergenten Medienaneignung (vgl. Wagner u. a. 2006; siehe auch Göttlich 2006, S. 194 ff.; Groebel 2014, S.79 ff.). Die Verbindung zwischen den Angeboten und der Mediennutzung wird durch eine Ästhetik transmedialen Erzählens herge-

stellt (vgl. Kapitel II-5.2). Es gibt kaum noch einen Film, eine Fernsehserie oder eine Realityshow, die ohne die transmediale Begleitung in den sozialen Medien auskommt.

Für Filme und Fernsehsendungen, die auf mehreren medialen Plattformen verbreitet werden, hat sich der Begriff »Franchise« durchgesetzt (vgl. Johnson 2013; Thompson 2007 sowie die Beiträge in Fleury u. a. 2019) und ist am Beispiel von »Der Herr der Ringe« (Mikos u. a. 2007; Thompson 2007; Wasko 2008), »Matrix« (Jenkins 2006, S. 101 ff.) und »Star Wars« (Kapell/Lawrence 2006) untersucht worden. Bei solchen Franchise-Produkten können zwar noch die einzelnen Filme analysiert werden, doch müssen sie im Kontext der anderen medialen Ausprägungen gesehen werden. Denn der Erfolg eines Films oder einer Fernsehsendung hängt zunehmend von der Einbettung in die konvergierenden Medienumgebungen ab.

Mit der Digitalisierung sind neue Möglichkeiten der Verbreitung von Filmen und Fernsehsendungen entstanden (vgl. Aigrain 2012; Allen-Robertson 2013; Cunningham/Silver 2013; Curtin u. a. 2014; Dixon 2013; Jenner 2018; Lobato 2019; Lotz 2022; Smith/Telang 2016). So findet man auf dem Videoportal YouTube vor allem Ausschnitte aus Fernsehshows, aber auch ganze Sendungen und einzelne Folgen von Fernsehserien. Einige historische Filme können ebenfalls dort angesehen werden. Die neuen Verbreitungswege ändern auch die Produktionsweisen und die Ästhetik. Wenn die Video-on-Demand-Plattform Netflix eigenproduzierte Fernsehserien nicht mehr Folge für Folge, sondern alle Episoden auf einmal onlinestellt, dann müssen einerseits alle Folgen auch bereits fertig produziert sein, und andererseits bedarf es keiner Cliffhanger mehr, um die Spannung zur nächsten Episode aufzubauen, ebenso wie die sogenannten Recaps – eine kurze Zusammenstellung der wichtigsten Ereignisse aus den vorherigen Folgen – entfallen. Die in den USA übliche Praxis, spätere Episoden der Staffel einer Fernsehserie noch zu produzieren, während die ersten Episoden schon gesendet werden, ist dann nicht mehr möglich. Außerdem macht die veränderte Ästhetik die Fernsehserien für das klassische Fernsehen in gewisser Weise unbrauchbar, da sie sich nicht mehr an dessen Gesetzen und Gewohnheiten der Zuschauerbindung orientiert.

Im Kontext der Medienkonvergenz werden Filme und Fernsehformate als medienübergreifende Marken etabliert. Die Geschichte im Kopf der Zuschauer entsteht dann nicht mehr allein über einen Film oder eine Fernsehsendung, sondern die verschiedenen Angebote, die sich um einen Film- oder Fernsehtext gruppieren, tragen ihren Teil dazu bei. Trailer in

Kino, Fernsehen, Internet und mobilen Endgeräten, Fanseiten, Merchandising-Artikel, Comics, Computerspiele, Bücher, Film- und Fernsehkritiken, Presseberichterstattung usw. formen die aktuelle Rezeption vor. In diesem Sinn kann bei all diesen Ausprägungen auf verschiedenen Plattformen in Bezug auf einen einzelnen Film oder ein spezifisches Fernsehformat von »präfigurativem Material« gesprochen werden (vgl. Biltereyst u. a. 2008). In der Film- und Fernsehanalyse müssen daher zunehmend die Kontexte der Filme und Fernsehsendungen ebenso Berücksichtigung finden wie deren Ausweitungen auf anderen medialen Plattformen.

Auch wenn das Fernsehen und Video-on-Demand-Plattformen zu Beginn des 21. Jahrhunderts der überwiegende Konsumort für Filme sind, 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 – und bei einem für ein Portal wie YouTube hergestellten Film konzentriert sie sich vorwiegend auf Nahaufnahmen. Ganz allgemein kann man sagen, dass die Kamera umso näher am Objekt bzw. der Person der Darstellung sein muss, je kleiner der Bildschirm ist, auf dem der Film angeschaut wird. Daher werden Film und Fernsehen im vorliegenden Buch auch unterschiedlich behandelt, wenn dies für die Analyse notwendig ist.

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).

Letztlich bedeutet das für die Analyse von Film- und Fernsichtexten, dass ihre textuellen Strategien verstärkt daraufhin zu untersuchen sind, wie mit den unterschiedlichen Wissensbeständen und Gefühlsstrukturen sowie dem an konkrete lebensweltliche Kontexte gebundenen praktischen Sinn und der sozial-kommunikativen Aneignung verschiedener Publika unterschiedliche Lesarten gebildet werden können. Wenn Filme und Fernsehsendungen sinn-

tragende Diskurse sind, dann muss die Analyse ihr Sinnpotenzial entfalten und es in die Kontexte der Film- und Fernsehkommunikation einbinden, auch und gerade wegen der zunehmenden Bedeutung konvergierender Medioumgebungen. Film- und Fernsehtexte stellen nach wie vor symbolisches Material bereit, mit dem die Zuschauer:innen in soziokulturellen Kontexten den sinnhaften Aufbau ihrer Lebenswelt betreiben. Sie sind aber zunehmend als transmediale Erzählungen in ein Netz verschiedener Medien eingebunden. Gegenstand der Analyse müssen die strukturellen Bedingungen der Texte und der Kontexte sein, welche die Geschichten in den Köpfen der Zuschauer:innen entstehen lassen. Die Film- und Fernsehanalyse trägt dazu bei, an einzelnen Werken die Strukturen offenzulegen, die in der gesellschaftlichen Zirkulation von Bedeutung eine Rolle spielen.

Zum Aufbau des Buches: In Teil I werden die theoretischen und methodischen Grundlagen gelegt, wobei in Kapitel I-1 das Verstehen und Erleben von Filmen und Fernsehsendungen als Zielhorizont der Analyse begründet wird. Kapitel I-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 I-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 Zuschauer:innen. Es gliedert sich nach den in Kapitel I-2 beschriebenen Ebenen, die das Erkenntnisinteresse 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 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 J. Wulff (1999, S. 18), der 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:in und den Kontexten, in die beide eingebunden sind, entsteht. Dazu gehören sicher ein als sinnhaftes Ganzes konzipierter Film

(oder eine Fernsehsendung) und ein:e Zuschauer:in, der/die 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 der Regisseurin oder des Drehbuchautors bzw. im Fall von Fernsehserien des Showrunners als auch des Zuschauers oder der Zuschauerin sowie der kulturelle Kontext, in dem Film und Zuschauer:in stehen. In Teil III werden Beispielanalysen von Filmen und Fernsehsendungen vorgestellt, die einem spezifischen Erkenntnisinteresse folgen. Leider können sie aus Platzgründen nur kursorischen Charakter haben.

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, sind in der Regel einzelne Filme oder Fernsehsendungen gemeint (zu Letzteren zählen auch Fernsehserien). 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/Blu-Ray oder im Streaming 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 darum, 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 Fernsehsendungen eingegangen, die leicht zugänglich sind, sei es über die Verfügbarkeit auf DVD, auf Video-on-Demand-Plattformen 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. Müller 1988a; Müller 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.

Zitierte Literatur

- Aigrain, Philippe (2012): *Sharing. Culture and the Economy in the Internet Age*. Amsterdam
- Allen, Robert/Hill, Annette (Hrsg.) (2004): *The Television Studies Reader*. London/New York
- Allen-Robertson, James (2013): *Digital Culture Industry. A History of Digital Distribution*. Basingstoke
- Aumont, Jacques/Marie, Michel (2020): *L'analyse des films*. Malakoff (4. Auflage)
- 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
- Bateman, John A./Schmidt, Karl-Heinrich (2014): *Multimodal Film Analysis. How Films Mean*. New York/Abingdon
- Beil, Benjamin/Kühnel, Jürgen/Neuhaus, Christian (2016): *Studienhandbuch Film-analyse. Ästhetik und Dramaturgie des Spielfilms*. München (2. Auflage; Erstausgabe 2012)
- Bellour, Raymond (1995): *L'analyse du film*. Paris (Erstausgabe 1979)
- Benshoff, Harry M. (2016): *Film and Television Analysis. An Introduction to Methods, Theories, and Approaches*. Abingdon/New York
- Berger, Arthur Asa (2018): *Media Analysis Techniques*. Thousand Oaks u. a. (6. Auflage; Erstausgabe 1982)
- Bienk, Alice (2019): *Filmsprache. Einführung in die interaktive Filmanalyse*. Marburg (5. Auflage; Erstausgabe 2006)
- Bignell, Jonathan (2012): *An Introduction to Television Studies. Third Edition*. London/New York (Erstausgabe 2004)

- Biltreyst, Daniel/Mathijs, Ernest/Meers, Phillippe (2008): *An Avalanche of Attention: The Prefiguration and Reception of »The Lord of the Rings«*. In: Barker, Martin/Mathijs, Ernest (Hrsg.): *Watching »The Lord of the Rings«*. Tolkien's World Audiences. New York u. a., S. 37–57
- Boeckmann, Klaus (1996): *Naive Medienexperten. Ergebnisse einer qualitativen Studie*. In: *Medien Praktisch*, 20/3, S. 36–40
- Bohnsack, Ralf (2011): *Qualitative Bild- und Videointerpretation. Die dokumentarische Methode*. Opladen u. a. (2. Auflage; Erstausgabe 2009)
- Bohnsack, Ralf/Fritzsche, Bettina/Wagner-Willi, Monika (2015): *Dokumentarische Video- und Filminterpretation*. In: Dies. (Hrsg.): *Dokumentarische Video- und Filminterpretation. Methodologie und Forschungspraxis*. Opladen u. a., S. 11–41 (2. Auflage; Erstausgabe 2014)
- Bordwell, David/Thompson, Kristin (2020): *Film Art. An Introduction*. New York u. a. (12. Auflage; Erstausgabe 1979)
- Branigan, Edward (2006): *Projecting a Camera. Language-Games in Film Theory*. New York/London
- Bruhn Jensen, Klaus (2022): *Media Convergence. The Three Degrees of Network, Mass, and Interpersonal Communication*. London/New York (2. Auflage; Erstausgabe 2010)
- Burton, Graeme (2000): *Talking Television. An Introduction to the Study of Television*. London/New York
- Caldwell, Thomas (2011): *Film Analysis Handbook: Essential Guide to Understanding, Analyzing and Writing on Film*. Victoria (2. Auflage; Erstausgabe 2005)
- Cardullo, Bert (2015): *Film Analysis: A Casebook*. New York
- Carroll, Noël (1998): *Interpreting the Moving Image*. Cambridge u.a.
- Casetti, Francesco/di Chio, Federico (1994): *Analisi del film*. Milano (6. Auflage, Erstausgabe 1990)
- Casetti, Francesco/di Chio, Federico (2000): *Analisi della televisione. Strumenti, metodi e pratiche di ricerca*. Milano (3. 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
- Cunningham, Stuart/Silver, Jon (2013): *Screen Distribution and the New King Kongs of the Online World*. Basingstoke
- Curtin, Michael/Holt, Jennifer/Sanson, Kevin (Hrsg.) (2014): *Distribution Revolution. Conversations about the Digital Future*. Oakland

- Dimbath, Oliver/Heinze, Carsten (Hrsg.) (2021): Methoden der Filmsoziologie. Exemplarische Analysen am Beispiel des Films CAPOTE (2005). Wiesbaden
- Dixon, Wheeler Winston (2013): Streaming. Movies, Media, and Instant Access. Lexington
- Duden (2022): Die deutsche Rechtschreibung. (<https://www.duden.de/woerterbuch>; Zugriff am 5.9.2022)
- Edgar, Robert/Marland, John/Rawle, Steven (2015). The Language of Film. London/New York (2. Auflage; Erstausgabe 2010)
- Elsaesser, Thomas/Buckland, Warren (2002): Studying Contemporary American Film. London u.a.
- Faulstich, Werner (1988): Die Filminterpretation. Göttingen
- Faulstich, Werner (2008): Grundkurs Fernsehanalyse. München
- Faulstich, Werner (2013): Grundkurs Filmanalyse. München (3. Auflage, Erstausgabe 2002)
- Fleury, James/Hartzheim, Bryan Hikari/Mamber, Stephen (Hrsg.) (2019): The Franchise Era. Managing Media in the Digital Economy. Edinburgh
- Frederking, Volker (Hrsg.) (2006): Filmdidaktik und Filmästhetik. Jahrbuch Medien im Deutschunterricht 2005. München
- Geiger, Jeffrey/Rutsky, R. L. (Hrsg.) (2013): Film Analysis. A Norton Reader. New York/London (2. Auflage; Erstausgabe 2005)
- Geimer, Alexander/Heinze, Carsten/Winter, Rainer (Hrsg.) (2018): Die Herausforderungen des Films. Soziologische Antworten. Wiesbaden
- Geimer, Alexander/Heinze, Carsten/Winter, Rainer (Hrsg.) (2021): Handbuch Filmsoziologie. 2 Bände. Wiesbaden
- 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
- Gillespie, Marie/Toynbee, Jason (Hrsg.) (2006): Analysing Media Texts. Maidenhead
- Gledhill, Christine/Williams, Linda (2000) (Hrsg.): Reinventing Film Studies. London/New York
- Goliot Lété, Anne/Vanoye, Francis (2015): Précis d'Analyse Filmique. Paris (4. Auflage, Erstausgabe 1992)
- Göttlich, Udo (2006): Die Kreativität des Handelns in der Medienaneignung. Konstanz
- Gräf, Dennis/Großmann, Stephanie/Klimczak, Peter/Krah, Hans/Wagner, Marietheres (2017): Filmsemiotik. Eine Einführung in die Analyse audiovisueller Formate. Marburg (2. Auflage; Erstausgabe 2011)

- Groebel, Jo (2014): Das neue Fernsehen. Mediennutzung – Typologie – Verhalten. Wiesbaden
- Groß, Bernhard/Morsch, Thomas (Hrsg.) (2021): Handbuch Filmtheorie. Wiesbaden
- Hagener, Malte/Pantenburg, Volker (Hrsg.) (2020): Handbuch Filmanalyse. Wiesbaden
- Hampl, Stefan (2017): Videoanalysen von Fernsehshows und Musikvideos. Ausgewählte Fallbeispiele zur dokumentarischen Methode. Opladen u.a.
- Hasebrink, Uwe/Mikos, Lothar/Prommer, Elizabeth (2004): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen: Eine Einführung. In: dies. (Hrsg.): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München, S. 9–17
- Henzler, Bettina/Pauleit, Winfried (Hrsg.) (2008): Filme sehen, Kino verstehen. Methoden der Filmvermittlung. Marburg
- Hickethier, Knut (1994) (Hrsg.): Aspekte der Fernsehanalyse. Methoden und Modelle. Münster/Hamburg
- Hickethier, Knut (2012): Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart/Weimar (5., aktualisierte und erweiterte Auflage; Erstausgabe 1993)
- Hill, John/Church Gibson, Pamela (1998): The Oxford Guide to Film Studies. Oxford u.a.
- Hofmann, Anna/Lassacher, Martina (2013): Kino erleben und begreifen. Filmanalyse mit Kindern und Jugendlichen. Wien
- Hollows, Joanne/Jancovich, Mark (1995) (Hrsg.): Approaches to Popular Film. Manchester/New York
- Holzwarth, Peter/Maurer, Björn (2019): Filme verstehen. Anleitung zur Filmanalyse im Studium am Beispiel des Spielfilms »Heidi«. München
- Jenkins, Henry (2006): Convergence Culture. Where Old and New Media Collide. New York/London
- Jenner, Mareike (2018): Netflix & the Re-Invention of Television. Cham
- Johnson, Derek (2013): Media Franchising. Creative License and Collaboration in the Culture Industries. New York/London
- Joost, Gesche (2008): Bild-Sprache. Die audio-visuelle Rhetorik des Films. Bielefeld
- Jost, Roland/Kammerer, Ingo (2012): Filmanalyse im Deutschunterricht: Spielfilmklassiker. München
- Kamp, Werner/Braun, Michael (2011): Filmperspektiven. Filmanalyse für Schule und Studium. Haan-Gruiten
- Kanzog, Klaus (2007): Grundkurs Filmsemiotik. München
- Kappelhoff, Hermann (2018): Kognition und Reflexion: Zur Theorie filmischen Denkens. Berlin/Boston

- Kapell, Matthew William/Lawrence, John Shelton (Hrsg.) (2006): *Finding the Force of the »Star Wars« Franchise*. New York u.a.
- Keane, Stephen (2007): *CineTech. Film, Convergence and New Media*. Basingstoke/New York
- Keutzer, Oliver/Lauritz, Sebastian/Mehlinger, Claudia/Moormann, Peter (2014): *Filmanalyse*. Wiesbaden
- Korte, Helmut (2010): *Einführung in die Systematische Filmanalyse. Ein Arbeitsbuch*. Berlin (4., neu bearbeitete 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)
- Kurwinkel, Tobias/Schmerheim, Philipp (2013): *Kinder- und Jugendfilmanalyse*. Konstanz/München
- Lobato, Ramon (2019): *Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution*. New York
- Lotz, Amanda D. (2022): *Netflix and Streaming Video. The Business of Subscriber-Funded Video on Demand*. Cambridge/Medford
- 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
- Marshall, Jill/Werndly, Angela (2002): *The Language of Television*. London/New York
- 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 (2010): *Television Studies. The Basics*. Abingdon/New York (2. Auflage; Erstausgabe 2002)

- Mitry, Jean (2000): *Semiotics and the Analysis of Film*. Bloomington/Indianapolis (Originalausgabe 1987: *La Sémiologie en Question*. Langage et Cinéma)
- Monaco, James (2009): *Film verstehen*. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Neuen Medien. Reinbek (3. Auflage, Erstausgabe 1980, Originalausgabe 1977)
- Nelmes, Jill (Hrsg.) (2012): *An Introduction to Film Studies*. London/New York (5. Auflage; Erstausgabe 1996)
- Ottiker, Alain (2019): *Filme analysieren und interpretieren*. Ditzingen
- Peltzer, Anja/Keppler, Angela (2015): *Die soziologische Film- und Fernsehanalyse*. Eine Einführung. Berlin/Boston
- Phillips, William H. (2009): *Film. An Introduction*. Boston/New York (4. Auflage; Erstausgabe 1999)
- Pudowkin, Wsewolod (1928): *Filmregie und Filmmanuskript*. Berlin
- Ryan, Michael/Lenos, Melissa (2020): *An Introduction to Film Analysis*. *Technique and Meaning in Narrative Film*. New York u.a.
- Salt, Barry (2009): *Film Style and Technology: History and Analysis*. London (3. Auflage; Erstausgabe 1983)
- Salt, Barry (2006): *Moving into Pictures*. *More on Film History, Style, and Analysis*. London
- Schneeberger, Agnes (2021): *Audiovisual Media Services in Europe*. *Supply Figures and AVMSD Jurisdiction Claims – 2020*. Straßburg
- Schnell, Ralf (2000): *Medienästhetik*. *Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen*. Stuttgart/Weimar
- Smith, Michael D./Telang, Rahul (2016): *Streaming, Sharing, Stealing*. *Big Data and the Future of Entertainment*. Cambridge/London
- Spielmann, Raphael (2011): *Filmbildung! Traditionen – Modelle – Perspektiven*. München
- Thompson, Kristin (2007): *The Frodo Franchise*. *»The Lord of the Rings« and Modern Hollywood*. Berkeley, CA u.a.
- Truffaut, François (1972): *A Kind Word for Critics*. In: *The Harpers Monthly*, 10, 1977, S. 95-101
- Vallet, Yannick (2019): *La grammaire du cinéma*. *De l'écriture au montage: les techniques du langage filmé*. Malakoff (2. Auflage; Erstausgabe 2016)
- Wagner, Ulrike/Gebel, Christa/Eggert, Susanne (2006): *Muster konvergenzbezogener Medienaneignung*. In: Wagner, Ulrike/Theunert, Helga (Hrsg.): *Neue Wege durch die konvergente Medienwelt*. München, S. 83–124
- Wasko, Janet (Hrsg.) (2005): *A Companion to Television*. Malden u.a.

- Wasko, Janet (2008): »The Lord of the Rings« Selling the Franchise. In: Barker, Martin/Mathijs, Ernest (Hrsg.): Watching »The Lord of the Rings«. Tolkien's World Audiences. New York u. a., S. 21–36
- Wegener, Claudia (2016): Aufwachsen mit Medien. Wiesbaden
- Wharton, David/Grant, Jeremy (2007): Teaching Analysis of Film Language. London
- Wickham, Phil (2007): Understanding Television Texts. London
- Wildfeuer, Janina/Bateman, John A. (Hrsg.) (2019): Film Text Analysis. New Perspectives on the Analysis of Filmic Meaning. Abingdon/New York
- Wulff, Hans J. (1999): Darstellen und Mitteilen. Elemente der Pragmasemiotik des Films. Tübingen Berger
- Zahn, Manuel (2012): Ästhetische Film-Bildung. Studien zur Materialität und Medialität filmischer Bildungsprozesse. Bielefeld

Teil I: Theorie und Methodik