



Aktuelle Methoden der Filmanalyse

Lothar Mikos

Inhalt

1	Einleitung	2
2	Grundlagen der Film- und Fernsehanalyse	4
3	Arbeitsschritte der Analyse	7
4	Fazit	10
	Literatur	11

Zusammenfassung

In der Medien- und Filmwissenschaft haben sich verschiedene Methoden der Filmanalyse und – interpretation herausgebildet. Die meisten dieser Ansätze blenden aus, dass Filme ein Kommunikationsmittel sind, dessen Bedeutung sich erst im sozialen Gebrauch ergibt, und dass sie Teil der gesellschaftlichen Repräsentationsordnung sind. Daher ist es notwendig, Filme aus einer eher soziologischen und kommunikationswissenschaftlichen Perspektive zu analysieren, die den Kommunikationsaspekt in den Mittelpunkt stellt. Die Analyse kann sich nicht auf den Inhalt und die Themen der Filme beschränken, sondern muss sich auch den Inszenierungsweisen widmen, die die Aufmerksamkeit der Zuschauer lenken und deren Bedeutungsbildung vorstrukturieren. Eine methodisch kontrollierte Filmanalyse kann in vierzehn Arbeitsschritten erfolgen. Ferner muss die Analyse theoretisch und historisch kontextualisiert werden.

Schlüsselwörter

Film als Kommunikation · Erkenntnisinteresse · Narration · Dramaturgie · Ästhetik · Repräsentation · Arbeitsschritte der Analyse

L. Mikos (✉)

Filmuniversität Babelsberg Konrad Wolf, Potsdam-Babelsberg, Deutschland

E-Mail: l.mikos@filmuniversitaet.de

1 Einleitung

Filme sind Teil der gesellschaftlichen Repräsentationsordnung, „als kulturelle und soziale Dokumente repräsentieren [sie] gesellschaftliche Wirklichkeiten“ (Winter 2012, S. 43). Soziale Verhältnisse, gesellschaftliche Transformationen, Herrschaftsstrukturen, kulturelle und soziale Identitäten, Lebenszusammenhänge, Formen der privaten Lebensführung, kulturelle und soziale Distinktionen etc. werden in Filmen thematisiert. Filme sind ohne die gesellschaftlichen Verhältnisse, in denen sie produziert und rezipiert werden, nicht denkbar. Sie sind in kulturelle, soziale, politische, ökonomische, juristische und historische Kontexte eingebunden, d. h. auch, dass sie gesellschaftlichem und kulturellem Wandel unterliegen. Der französische Filmkritiker und Regisseur Francois Truffaut hat auf die soziologischen Qualitäten des Films verwiesen: „Wenn ein Film einen gewissen Erfolg hat, ist er ein soziologisches Ereignis und die Frage seiner Qualität wird sekundär“ (Truffaut 1977, S. 100). Allerdings kann man auch sagen, dass im Erfolg die Qualität eines Films liegt. Es ist jedoch bemerkenswert, dass Truffaut offenbar in der Kommunikation von Film und Zuschauer die soziologischen Qualitäten begründet sieht. Eine soziologische Filmanalyse muss daher untersuchen, welche Bedingungen und Strukturen dieser Kommunikation zugrunde liegen.

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts sind Filme nicht nur im Kino und im klassischen linearen Fernsehen verfügbar, sondern auch auf Online-Plattformen, 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. Die Digitalisierung hat zu einer großen Ausweitung des Angebots an audiovisuellen Medienprodukten geführt, die der Konsument nutzen kann – zudem wurden neue Formen auf neuen Plattformen wie YouTube entwickelt. Diese Entwicklung lässt es umso wichtiger erscheinen, dass die Sozialwissenschaften einen analytischen Zugang zu den audiovisuellen Medienprodukten bekommen.

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. Allerdings hat Metz (Metz 1972, S. 148) darauf hingewiesen, dass die filmischen Strukturen lediglich denen der Sprache ähneln. 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; Jost und Kammerer 2012), 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), und das „Zeichensystem des Films“ (Beil et al. 2012, S. 11) die Grundlage semiotischer Filmanalysen ist (vgl. Gräf et al. 2011; Kanzog 2007).

Die Bücher zur Filmanalyse, die seit den 1980er-Jahren erschienen sind (vgl. Beil et al. 2012; Faulstich 1988, 2013; Hickethier 2012; Kamp und Braun 2011; Keutzer et al. 2014; Korte und Faulstich 1988; Korte 2010; Kuchenbuch 2005; Monaco 2009), verfolgen zwar einen etwas weiteren Ansatz und greifen auch auf neuere Filmtheorien aus dem angelsächsischen Raum zurück (vgl. Beil et al. 2012; Kuchenbuch 2005; Kurwinkel und Schmerheim 2013), doch der kommunikative Aspekt des Films wird nur am Rand berücksichtigt.

Anja Peltzer und Angela Keppler (2015) haben die Grundlagen für eine soziologische Film- und Fernsehanalyse vorgelegt. Ihr Ansatz unterscheidet sich jedoch nicht grundlegend von den genannten Verfahren außer durch den theoretischen Rahmen, der gesetzt wird, und die besondere Betonung der außerfilmischen Konnotation, die den soziologischen Ansatz begründen. Die Autorinnen verstehen die Film- und Fernsehanalyse daher als Gesellschaftsanalyse, deren Relevanz sich aus dem Umstand ergibt, dass Medien als integraler Bestandteil der sozialen Wirklichkeit verstanden werden. In einem ersten Kapitel wird dies von den Autorinnen ausführlich begründet. Denn: „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 und Keppler 2015, S. 10). Die soziologische Film- und Fernsehanalyse zielt daher darauf, diese medialen Prozesse zu verstehen. Konsequenterweise wird sie daher im Kontext des interpretativen Paradigmas verortet, wobei sich der Prozess des Verstehens am hermeneutischen Zirkel orientiert. „Die soziologische Film- und Fernsehanalyse ist ein hermeneutisches, dem interpretativen Paradigma der Soziologie verpflichtetes, qualitatives Verfahren der empirischen Sozialforschung. Ziel einer solchen Analyse ist ein kontrollierbares und intersubjektiv nachvollziehbares Verständnis der Sichtweisen, die durch die Machart der betreffenden Produkte angeboten werden. Die Machart der Produkte ist das Ergebnis des Zusammenspiels von Bild und Ton, diesem widmet die Film- und Fernsehanalyse gleichermaßen ihre Aufmerksamkeit“ (Peltzer und Keppler 2015, S. 17). Es reicht also nicht, die Handlung eines Films zu analysieren, sondern es geht gerade auch darum, die Art und Weise der Inszenierung durch die Kamera und andere Gestaltungsmittel zu untersuchen. Darauf weist auch Mikos (2015) kommunikationswissenschaftlich und soziologisch orientierter Ansatz der Film- und Fernsehanalyse hin.

Bei den vor allem philologischen Zugriffen auf den Film werden drei wesentliche Aspekte unterschätzt: 1) Filme sind ein Kommunikationsmittel, deren Bedeutung sich erst in ihrem sozialen Gebrauch offenbart (Winter 1992), 2) Filme konstituieren in der Kommunikation mit dem Publikum Subjektivität (Hölzer 2005), 3) Filme sind Teil der gesellschaftlichen Repräsentationsordnung (Winter 2002), sie bilden soziale Strukturen und Prozesse ab und lassen so ein visuelles Archiv entstehen.

Es kann daher nicht darum gehen, die „Filmsprache“ 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 realisiert sich erst in der Rezeption durch Zuschauer. Die „Sinnhaftigkeit“ von Filmen existiert nicht als quasi objektive faktische Gegebenheit, sondern wird erst während des Zuschauens vom Zuschauer hergestellt.

2 Grundlagen der Film- und Fernsehanalyse

Grundsätzlich muss für eine Filmanalyse anerkannt werden, dass Filme in Kommunikation mit ihren Zuschauern treten. Sie werden einerseits vom Publikum betrachtet und andererseits in die lebensweltlichen Bezüge integriert, kurz: die Zuschauer fangen mit den Filmen etwas an. Im medialen Produkt treffen „die Perspektiven der Produktion und der Rezeption auf eine bestimmte Weise“ aufeinander, wie es Angela Keppler (Keppler 2001, S. 131) ausgedrückt hat. Die Aufgabe der Analyse ist es, herauszufinden, auf welche Weise dies genau geschieht. Aus einer rezeptionsästhetischen Perspektive können dann nicht nur die „Medieninhalte als Kommunikationsangebote“ (Keppler 2001, S. 131) verstanden werden, sondern das gesamte symbolische Material der Filme – also auch Narration und Dramaturgie sowie die gestalterischen Mittel, mit denen die Aufmerksamkeit der Zuschauer erregt werden soll. Filme werden in diesem Zusammenhang als Anweisungen zur Rezeption und Aneignung verstanden. Sie 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 und Prommer 2004, S. 148). In diesem Sinn geht es in der Filmanalyse darum, den „Beitrag der Medien zur gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit“ zu untersuchen (Peltzer und Keppler 2015, S. 14). Filme können daher als soziale Praxis gesehen werden (vgl. Turner 2009). Das heißt nicht, dass Filme 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 (Fiske 1987, S. 95–96) spricht aus diesem Grund auch nicht von Texten, sondern von ihrer „Textualität“ bzw. von produzierbaren Texten. Damit ist gemeint, dass die Filmtexte nach einer Vervollständigung durch die Zuschauer verlangen, sie werden erst in der Rezeption und Aneignung produziert. Nach diesem Verständnis können Filme auch keine abgeschlossenen Bedeutungen an sich haben, die in einer Analyse „objektiv“ freigelegt werden könnten, sondern sie entfalten ihr semantisches und symbolisches Potenzial erst durch die aktiven Zuschauer. 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 Potenzial einschränken. Andererseits kann es auch sein, daß er diese Präferenzen und Grenzen nicht allzu effektiv festschreibt“ (Fiske 1993, S. 12–13). Filme 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.

Filme fungieren 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. Sie sind ohne gesellschaftlichen Kontext nicht denkbar – darin liegt ihre soziologische Komponente. Erst da kommt ihre strukturierende Kraft zum Tragen. Die Aneignung von Filmen 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 2001b, S. 362). Für die Analyse heißt dies, dass die Struktur von Filmen zu den Rezeptions- und Aneignungsaktivitäten in Bezug gesetzt werden muss.

Filme 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 (Mikos 2015, S. 26 ff.). Sie alle sind an zwei grundlegende Handlungen gebunden, die den Umgang mit den Filmtexten ausmachen: das Filmverstehen und das Filmerleben. Daher geht es in der Analyse vor allem darum, diese Prozesse des Verstehens und Erlebens herauszuarbeiten. Filmverstehen 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. Dazu müssen jedoch auch die lebensweltlichen Zusammenhänge einbezogen werden. Filmerleben meint eine eigene Zeitform, in der das Dargestellte auf der Leinwand mit den emotionalen Reaktionen der Zuschauer verschmilzt. Das Filmerleben schafft eigene Sinnstrukturen, die mit der Alltagswelt und der Lebenswelt der Zuschauer verbunden sind.

Gegenstand der Filmanalyse ist die textuelle Struktur von Filmen, weil durch sie die Rezeptions- und Aneignungsaktivitäten vorstrukturiert werden. Alle Formen der Darstellung, alle Zeichensysteme, die in Filmen benutzt werden, sind sowohl im Rahmen der Struktur der Texte als auch im Rahmen ihrer Funktion für die kognitiven, affektiven und emotionalen, sozial-kommunikativen, routinierten 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 Filmtexte 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). Mit anderen Worten: Filme müssen als Aspekte der Kommunikation mit den Zuschauern gesehen werden.

Wenn davon ausgegangen werden kann, dass in der Analyse das allgemeine Interesse leitend ist, die Filmtexte in ihrer strukturfunktionalen Bedeutung für Rezeption und Aneignung zu sehen, kann das konkrete Erkenntnisinteresse sich auf fünf Ebenen richten (Mikos 2015, S. 44 ff.): 1) Inhalt und Repräsentation, 2) Narration und Dramaturgie, 3) Figuren und Akteure, 4) Ästhetik und Gestaltung und 5) Kontexte. Jeder Film kann auf diesen Ebenen untersucht werden. Dabei kann sich die Analyse auf eine einzelne Ebene beschränken, sie kann aber auch mehrere berücksichtigen. Jede Ebene steht in Bezug zu den anderen: Die Kontexte sind z. B. auf der Ebene der Narration und der Dramaturgie wirksam, die Ebene der Ästhetik und Gestaltung spielt eine wichtige Rolle für die Ebene des Inhalts und der Repräsentation, die Ebene der Figuren und Akteure ist eng mit der Ebene der Narration und der Dramaturgie verknüpft. Als Kontexte von Filmen können Gattungen und Genres, Intertextualität und Transmedialität, gesellschaftliche Diskurse, Lebenswelten, die Bedingungen und Strukturen der Produktion von Filmen sowie die Film- und Mediengeschichte gelten.

Die erste Ebene, auf der Filme analysiert werden können, ist eng mit der Bedeutungsbildung verknüpft. Filme haben einen Inhalt und repräsentieren eine soziale Welt. Zunächst einmal kann ganz allgemein festgehalten werden, dass alles, was gesagt und gezeigt wird, den Inhalt darstellt. Für die Filmanalyse ist interessant, wie der Inhalt präsentiert wird und damit zur Produktion von Bedeutung und der sozialen Konstruktion von gesellschaftlicher Wirklichkeit beiträgt. Dabei ist grundsätzlich davon auszugehen, dass alles, was die Kamera zeigt, wichtig und bedeutsam ist. Wenn Filme zum Wissen, zu den Emotionen, zur sozialen Kommunikation und zum praktischen Sinn der Zuschauer hin geöffnet sind, steht im Mittelpunkt der Analyse, wie diese Texte zum „sinnhaften Aufbau der sozialen Welt“ (Schütz 1991) beitragen, und zwar in Bezug auf die strukturelle Rolle der Medien in der gesellschaftlichen Kommunikation sowie in Bezug auf die konkrete Rolle einzelner Medien und Medieninhalte für die Subjektkonstitution und Identitätsbildung konkreter Zuschauer und Zuschauergruppen.

Die Analyse des Inhalts und der Repräsentation ist sehr wichtig, um die Prozesse des sinnhaften Aufbaus der sozialen Welt zu verstehen, weil sich darüber die Subjekte in der Gesellschaft positionieren. Als Repräsentationen korrespondieren Filme mit gesellschaftlichen Strukturen. Zugleich beziehen sie sich auf den gesellschaftlichen Wissensvorrat, der die Positionierung des Individuums in der Gesellschaft bestimmt (vgl. Berger und Luckmann 2010, S. 43; Peltzer und Keppler 2015, S. 5 ff.). Die Bedeutung von Filmen ergibt sich erst aus der Rezeption und Aneignung im gesellschaftlichen Kontext und den kommunikativen Zusammenhängen der Lebenswelt.

Der Analyse der Figuren und Akteure kommt große Bedeutung zu. Personen spielen in Filmen eine im wahrsten Sinn des Wortes wichtige Rolle: In Spiel- und Fernsehfilmen haben sie eine wesentliche Funktion als Handlungsträger. Die Analyse der Personen, Charaktere und Figuren in den audiovisuellen Medienprodukten ist aus zwei Gründen besonders bedeutsam: Zum einen sind die auftretenden Per-

sonen als Handlungs- und Funktionsträger für die Dramaturgie und die narrative Struktur der Filmtexte wichtig, denn die zu erzählende Geschichte wird oft aus der Perspektive einer der Figuren dargestellt. Zum anderen hängt die Wahrnehmung der auftretenden Personen durch die Zuschauer von den in der Gesellschaft und der Lebenswelt der Zuschauer kursierenden Bedeutungen und Konzepten von Selbst, Person und Identität ab. Mit und durch die Filmfiguren verständigt sich die Gesellschaft u. a. über ihre Identitäts- und Rollenkonzepte.

Für die Analyse sind die Ästhetik und die Gestaltungsmittel von Filmen von großer Bedeutung. Sie unterstützen die Darstellung von Figuren und Akteuren, außerdem perspektivieren sie die Repräsentation. Die Faszination von Filmen gründet vor allem auch darin, dass es sich um Medien des bewegten Bildes handelt. Die Geschichten, die in den Köpfen der Zuschauer entstehen, basieren mit auf dem Wissen um filmische und televisionäre Darstellungsmittel und Gestaltungsweisen (Ohler 1994, S. 36–37), das eng mit dem narrativen Wissen verknüpft ist. Es ist also nicht nur wichtig, was dargestellt wird, sondern auch wie es dargestellt wird. Die spezifischen filmischen Darstellungsmittel binden die Zuschauer während der Rezeption eines Films an das Geschehen auf der Leinwand oder dem Bildschirm. Über sie werden die Zuschauer vor allem emotional durch die Erzählung geführt, sie werden in bestimmte Stimmungen versetzt, ihre Aufmerksamkeit wird auf einzelne Aspekte im Filmbild gelenkt, ohne dass ihnen dies immer bewusst ist. Auf diese Weise werden sie in die Perspektiven der Erzählung und der Repräsentation eingebunden. Im Rahmen einer Analyse gilt es nun, gerade diese Aspekte herauszuarbeiten und sie in Beziehung zum Wissen der Zuschauer über filmische Darstellungsweisen zu setzen, um zur Bewusstmachung dieses Prozesses beizutragen.

Alle Ebenen und Kontexte der Analyse sind empirisch nicht voneinander zu trennen, in der konkreten Kommunikation von Filmtexten mit Zuschauern bedingen sie sich gegenseitig. In ihrem Zusammenwirken zeigt sich die Komplexität der Filmkommunikation. Für die Analyse ist es jedoch wichtig, die einzelnen Ebenen und die Kontexte zu trennen, um so den jeweiligen Beitrag zum Gelingen (oder Misslingen) der Kommunikation herausarbeiten zu können.

3 Arbeitsschritte der Analyse

Für die Analyse muss klar sein, was man von den Filmen wissen will. Nur so kann die Analyse in Bezug auf das Erkenntnisinteresse eingegrenzt werden. Beschreiben, Analysieren, Interpretieren und Bewerten sind die grundlegenden Tätigkeiten, die mit einer Analyse verbunden sind. Bei der Operationalisierung lassen sich meines Erachtens vierzehn Arbeitsschritte unterscheiden (Mikos 2015, S. 74 ff.):

- 1) Entwicklung eines allgemeinen Erkenntnisinteresses
- 2) Anschauung des Materials
- 3) Theoretische und historische Reflexion
- 4) Konkretisierung des Erkenntnisinteresses
- 5) Entwicklung der Fragestellung(en)

- 6) Eingrenzung des Materials bzw. Bildung des Analysekorpus
- 7) Festlegung der Hilfsmittel
- 8) Datensammlung
- 9) Beschreibung der Datenbasis
- 10) Analyse der Daten – Bestandsaufnahme der Komponenten der Filme oder Fernsehsendungen
- 11) Auswertung – Interpretation und Kontextualisierung der analysierten Daten
- 12) Evaluation I – Bewertung der analysierten und interpretierten Daten
- 13) Evaluation II – Bewertung der eigenen Ergebnisse gemessen am Erkenntnisinteresse und der Operationalisierung
- 14) Präsentation der Ergebnisse.

Bevor mit einer Analyse begonnen wird, sollte aus dem weiten Feld theoretischer oder historischer Ansätze und Annahmen sowie aktueller gesellschaftlicher Diskurse ein allgemeines Erkenntnisinteresse entwickelt werden. Eine Annäherung von allgemeinen theoretischen Überlegungen an ein Korpus von Filmen könnte beispielsweise die Repräsentation von Aliens in Science-Fiction-Filmen der 1950er- und 1960er-Jahre beinhalten. Ist das allgemeine Erkenntnisinteresse festgestellt worden, folgt die Anschauung des Materials. Geht es in der Analyse doch auch darum, die an sich flüchtige Seherfahrung festzuhalten und zu reflektieren. Grundsätzlich gilt, dass Filme nicht nur in Ausschnitten, sondern immer in voller Länge angesehen werden müssen. Wenn Gegenstand der Analyse ist, die Komponenten des Films herauszuarbeiten, die in ihrer Funktionalität sowohl für die Repräsentation als auch für das kommunikative Verhältnis zu den Zuschauern verstanden werden sollen, dann müssen die strukturellen Komponenten auch in Bezug zur Gesamtheit des Films gesetzt werden können. Dazu muss der gesamte Film gekannt werden. Die Sichtung der Filme geht einher mit der Lektüre theoretischer oder historischer Abhandlungen, die im Rahmen des festgelegten allgemeinen Erkenntnisinteresses relevant sind. Vor dem Hintergrund der gesichteten Filme wird nun Literatur recherchiert und gelesen. So kann z. B. aus Büchern und Aufsätzen, die sich mit dem Science-Fiction-Film befassen, der aktuelle Forschungsstand beschrieben werden und Anregungen für die Analyse gewonnen werden. Aus der gegenseitigen Befruchtung von Anschauung des Materials und der theoretischen sowie historischen Reflexion lässt sich das konkrete Erkenntnisinteresse entwickeln.

Das konkrete Erkenntnisinteresse stellt das Ziel der Analyse dar. Im Mittelpunkt der Analyse kann z. B. die Frage stehen, wie die Menschen auf die Aliens in dem Film „Plan 9 From Outer Space“ (USA 1959, Ed Wood) reagieren. Das konkrete Erkenntnisinteresse entwickelt sich aus dem doppelten Zugriff auf die Filme: aus der Anschauung und der theoretischen oder historischen Reflexion. Die eigene alltägliche Rezeptionserfahrung wird mit theoretischer oder historischer Lektüre verbunden. Nun kann von der alltäglichen Erfahrung abstrahiert und eine theoriegeleitete Sichtung des Materials durchgeführt werden. Daraus ergibt sich fast zwangsläufig das konkrete Erkenntnisinteresse für die Analyse und die damit verbundenen Fragestellungen.

Steht das konkrete Erkenntnisinteresse fest, lassen sich Fragestellungen entwickeln, die für die Analyse leitend sind. Für das genannte Beispiel der Repräsentation von Aliens können sich folgende Fragen ergeben: Welche Werte vertreten die Aliens? In welchen Rollen tauchen Aliens auf? Wie treiben sie die Handlung voran? Werden sie als Opfer oder Täter inszeniert? Mit welchen Kamerapositionen und Einstellungen werden sie präsentiert? Wie reagieren die Menschen auf die Aliens? Gibt es Unterschiede in der Reaktion von gesellschaftlichen Institutionen (Polizei, Verwaltung etc.) und Privatpersonen? Die Liste ließe sich fortsetzen. In der Analyse werden Antworten auf diese und ähnliche Fragen gesucht. Sie alle zielen darauf ab, das Exemplarische der Beispielfilme, auf die sich das konkrete Erkenntnisinteresse richtet, herauszuarbeiten.

Natürlich können aus forschungsökonomischen Gründen nicht alle Science-Fiction-Filme aus den 1950er- und 1960er-Jahren untersucht werden. Es muss also eine Auswahl aus dem gesamten audiovisuellen Material, das sozialwissenschaftlich gesprochen die Grundgesamtheit darstellt, getroffen werden. Es wird eine Stichprobe (Sample) gebildet. Dazu können verschiedene Verfahren angewendet werden, die sich grob in eine gezielte Auswahl und eine Zufallsauswahl unterscheiden lassen. Ferner müssen die Einheiten der Stichprobe klar definiert sein, d. h. die Filme, die Gegenstand der Analyse sind, müssen benannt werden. Allen Auswahlverfahren liegt die Auffassung zugrunde, dass jeder Film, der aus einer Grundgesamtheit in die Stichprobe aufgenommen wird, exemplarisch ist. Die zu analysierenden Strukturen und Funktionen lassen sich an ihnen stellvertretend für die Grundgesamtheit untersuchen. Steht die Auswahl der zu analysierenden Filmtexte fest, müssen die Hilfsmittel für die Analyse bestimmt werden.

Wenn feststeht, welche Filme analysiert werden sollen, müssen sie dokumentiert werden. In einem nächsten Schritt muss die Datenbasis beschrieben werden. Dazu sollten Ablauf, Inhalt und Plot von Filmen in Worte gefasst werden. Die Beschreibung orientiert sich bereits am Erkenntnisinteresse, also der Repräsentation von Aliens. In diesem Fall muss die Beschreibung alle Elemente der Filme aus der Stichprobe enthalten, die dazu beitragen können: Inhalt und Plot, Narration, Figuren und ästhetische Inszenierung. Denn in der Beschreibung muss bereits deutlich werden, welche Sinnangebote die Filmtexte machen und wie sie Bedeutung bilden, sowohl in Bezug auf die Kohärenz der Erzählung als auch in Bezug auf die Kommunikation mit potenziellen Zuschauern. Bei der Beschreibung muss darauf geachtet werden, dass es nicht bereits zur Interpretation, d. h. Bewertung der Daten kommt. In diesem Arbeitsschritt geht es nur darum zu beschreiben, was zu sehen ist bzw. was gesehen werden kann.

Ist das Datenmaterial beschrieben, folgt der wichtigste Arbeitsschritt: Die eigentliche Analyse. Mit dem theoretischen oder historischen Vorverständnis wird eine Perspektive auf die Bestandsaufnahme der Komponenten von Filmen geschaffen, ohne die eine Analyse nicht durchgeführt werden kann. Die Theorie leistet bei der Bestandsaufnahme der Komponenten Wesentliches. Sie macht die unsichtbaren Strukturen des Films sichtbar (vgl. Elsaesser und Buckland 2002, S. 5). Im Rahmen der Analyse des audiovisuellen Materials aus einer Stichprobe müssen alle Komponenten herausgearbeitet werden, die zur Bedeutungsbildung und Gestaltung des

kommunikativen Verhältnisses mit den Zuschauern beitragen. In der Analyse werden die Filme und Fernsehsendungen gewissermaßen zerlegt, um ihre Strukturen offenzulegen.

Neben den Strukturen des Textes muss die Analyse auch die „Beschreibung der Operationen, die der Zuschauer am Text vollzieht“ (Wulff 1998, S. 21), leisten. Wissenschaftler müssen in der Analyse offen sein für Unerwartetes, für Besonderes, d. h., sie müssen ihre methodisch kontrollierte Aufmerksamkeit und Sensibilität gegenüber dem Gegenstand aktivieren, um zu sehen, was in der „normalen“ Rezeption nicht ohne Weiteres zu sehen ist. Dazu gehört auch, sich das audiovisuelle Material wieder und wieder anzuschauen, denn nur dabei können die unsichtbaren Strukturen der Filmtexte sichtbar werden. Dann kann z. B. bemerkt werden, dass die Aliens immer von einem gleißenden Licht umgeben sind und ihre Aktivitäten durch bestimmte immer wiederkehrende Kameraperspektiven etwas Bedrohliches erhalten.

Auf die Analyse folgt die Auswertung des analysierten Materials. Damit kommt man dem Analyseziel näher. Hier werden die strukturellen Komponenten der Filmtexte im Hinblick auf die Bedeutungsbildung und die Gestaltung des kommunikativen Verhältnisses mit den Zuschauern interpretiert und in die Kontexte eingeordnet. Sie werden in Bezug auf das konkrete Erkenntnisinteresse interpretiert. Auf diese Weise lässt sich z. B. feststellen, dass in den analysierten Filmen die Aliens vor allem als bedrohliche Eroberer inszeniert werden. Möglicherweise steht dieses Repräsentationsmuster im Zusammenhang mit gesellschaftlichen Diskursen in Zeiten des Kalten Krieges.

Bei der ersten Evaluation werden die Ergebnisse der eigenen Analyse vor dem Hintergrund der filmtheoretischen und filmhistorischen Literatur sowie den bisherigen analytischen Studien bewertet. Anschließend müssen die Analyseergebnisse vor dem Hintergrund des Erkenntnisinteresses und der Operationalisierung bewertet werden. Die Präsentation muss schließlich darauf abzielen, Lesern oder Zuhörern das audiovisuelle Material, das der Analyse zugrunde lag, in sprachlicher Form so nahezubringen, dass sie die Ergebnisse der Analyse nachvollziehen können, auch wenn sie den oder die betreffenden Filme nicht gesehen haben.

4 Fazit

Filme und Fernsehsendungen sind bedeutende sozialwissenschaftliche Quellen. Da sich in ihnen Produktion und Rezeption treffen, sagen sie als Medien der Repräsentation einerseits etwas über die Gesellschaft, die Kultur, die Diskurse und die sozialen Bedingungen aus, unter denen sie entstanden sind, ebenso wie sie etwas über die Gesellschaft, die Kultur, die Diskurse und die sozialen Bedingungen aussagen, in denen sie betrachtet werden. Damit sagen sie nicht nur etwas über ihre Produzenten, sondern auch über ihre Betrachter aus. Zugleich wird damit ihr Beitrag zum sinnhaften Aufbau der sozialen Welt sichtbar. Ihre Funktion als Elemente der gesellschaftlichen Repräsentationsordnung ist ebenso Gegenstand der Analyse wie die Art und Weise, in der die Repräsentation inszeniert ist. Allerdings muss sich die

Analyse der Filme an den theoretischen und/oder historischen Kontexten orientieren, aus denen das konkrete Erkenntnisinteresse entwickelt wurde. Die systematische Analyse leistet daher einen Beitrag dazu, das Bedeutungspotenzial von Filmen für die Gesellschaft und die Lebenswelt der Zuschauer herauszuarbeiten. Im Mittelpunkt der Analyse steht der Kommunikationsprozess von Film und Zuschauer im Kontext der Produktions-, Rezeptions- und Aneignungsbedingungen.

Literatur

- Beil, Benjamin, Jürgen Kühnel, und Christian Neuhaus. 2012. *Studienhandbuch Filmanalyse. Ästhetik und Dramaturgie des Spielfilms*. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Berger, Peter L., und Thomas Luckmann. 2010. *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*, 23. Aufl. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Bienc, Alice. 2006. *Filmsprache. Einführung in die interaktive Filmanalyse*. Marburg: Schüren.
- Branigan, Edward. 2006. *Projecting a camera. Language-games in film theory*. New York/London: Routledge.
- Casetti, Francesco. 2001. Filmgenres, Verständigungsvorgänge und kommunikativer Vertrag. *Montage/AV* 10(2): 155–173.
- Elsaesser, Thomas, und Warren Buckland. 2002. *Studying contemporary American film*. London: Arnold.
- Faulstich, Werner. 1988. *Die Filminterpretation*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Faulstich, Werner. 2013. *Grundkurs Filmanalyse*, 3., ak. Aufl. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Fiske, John. 1987. *Television Culture*. London/New York: Methuen.
- Fiske, John. 1993. Populärkultur. Erfahrungshorizont im 20. Jahrhundert. Ein Gespräch mit John Fiske. *Montage/AV* 2(1): 5–18.
- Gräf, Dennis, Stephanie Großmann, Peter Klimczak, Hans Krahl, und Marietheres Wagner. 2011. *Filmsemiotik. Eine Einführung in die Analyse audiovisueller Formate*. Marburg: Schüren.
- Hickethier, Knut. 2012. *Film- und Fernsehanalyse*, 5., ak. u. erweit. Aufl. Stuttgart und Weimar: J.B. Metzler.
- Hienzsch, Ulrich, und Elizabeth Prommer. 2004. Die Dean-Netroots: Die Organisation von interpersonaler Kommunikation durch das Web. In *Mediennutzung in konvergierenden Medientumgebungen*, Hrsg. Uwe Hasebrink, Lothar Mikos und Elizabeth Prommer, 147–169. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Hölzer, Henrike. 2005. *Gebundet. Psychoanalyse und Kino*. Wien: Turia + Kant.
- Jost, Roland, und Ingo Kammerer. 2012. *Filmanalyse im Deutschunterricht: Spielfilmklassiker*. München: Oldenbourg Schulbuchverlag.
- Kamp, Werner, und Michael Braun. 2011. *Filmperspektiven. Filmanalyse für Schule und Studium*. Haan-Gruiten: Europa Lehrmittel.
- Kanzog, Klaus. 2007. *Grundkurs Filmsemiotik*. München: diskurs film Verlag
- Keppeler, Angela. 2001. Mediales Produkt und sozialer Gebrauch. Stichworte zu einer inklusiven Medienforschung. In *Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln*, Hrsg. Tilmann Sutter und Michael Charlton, 125–145. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Keutzer, Oliver, Sebastian Lauritz, Claudia Mehlinger, und Peter Moormann. 2014. *Filmanalyse*. Wiesbaden: Springer VS
- Korte, Helmut. 2010. *Einführung in die Systematische Filmanalyse*, 4., neu bearb. u. erweit. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Kuchenbuch, Thomas. 2005. *Filmanalyse. Theorien. Methoden. Kritik*, 2. Aufl. Wien: Böhlau.
- Kurwinkel, Tobias, und Philipp Schmerheim. 2013. *Kinder- und Jugendfilmanalyse*. Konstanz/München: UVK.
- Metz, Christian. 1972. *Semiologie des Films*. München: Wilhelm Fink Verlag.

- Mikos, Lothar. 2001a. *Fern-Sehen. Bausteine zu einer Rezeptionsästhetik des Fernsehens*. Berlin: Vistas.
- Mikos, Lothar. 2001b. Fernsehen, Populärkultur und aktive Konsumenten. Die Bedeutung John Fiskes für die Rezeptionstheorie in Deutschland. In *Die Fabrikation des Populären. Der John Fiske-Reader*, Hrsg. Rainer Winter und Lothar Mikos, 361–371. Bielefeld: Transcript.
- Mikos, Lothar. 2015. *Film- und Fernsehanalyse*, 3., überarb. u. ak. Aufl. Konstanz: UVK.
- Monaco, James. 2009. *Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Neuen Medien*, 3. Aufl. Reinbek: Rowohlt.
- Ohler, Peter. 1994. *Kognitive Filmpsychologie. Verarbeitung und mentale Repräsentation narrativer Filme*. Münster: MAkS Publikationen.
- Peltzer, Anja, und Angela Keppler. 2015. *Die soziologische Film- und Fernsehanalyse. Eine Einführung*. Berlin/Boston: De Gruyter Oldenbourg.
- Schnell, Ralf. 2000. *Medienästhetik. Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen*. Stuttgart/Weimar: J.B. Metzler.
- Schütz, Alfred. 1991. *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Truffaut, Francois. 1977. Movies: A kind word for critics. *The Harpers Monthly* 10:95–101.
- Turner, Graeme. 2009. *Film as social practice*, 4. Aufl. London/New York: Routledge.
- Winter, Rainer. 1992. *Filmsoziologie. Eine Einführung in das Verhältnis von Film, Kultur und Gesellschaft*. München: Quintessenz.
- Winter, Rainer. 2002. Film und soziale Wirklichkeit. Überlegungen zu einem (wenig genutzten) soziologischen Forschungsinstrument. Vortrag auf dem 31. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie. 7.–11. Oktober 2002 in Leipzig.
- Winter, Rainer. 2012. Das postmoderne Hollywoodkino und die kulturelle Politik der Gegenwart. Filmanalyse als kritische Gesellschaftsanalyse. In *Perspektiven der Filmsoziologie*, Hrsg. Carsten Heinze, Stephan Moebius und Dieter Reicher, 41–59. Konstanz/München: UVK.
- Wulff, Hans J. 1998. Semiotik der Filmanalyse. Ein Beitrag zur Methodologie und Kritik filmischer Werkanalyse. *Kodikas/Code* 21(1–2): 19–36.