

Christian Junklewitz

## Lothar Mikos, Susanne Eichner, Elizabeth Prommer, Michael Wedel: Die „Herr der Ringe“-Trilogie. Attraktion und Faszination eines populärkulturellen Phänomens

2008

<https://doi.org/10.17192/ep2008.2.742>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Junklewitz, Christian: Lothar Mikos, Susanne Eichner, Elizabeth Prommer, Michael Wedel: Die „Herr der Ringe“-Trilogie. Attraktion und Faszination eines populärkulturellen Phänomens. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 25 (2008), Nr. 2, S. 199–200. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2008.2.742>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Lothar Mikos, Susanne Eichner, Elizabeth Prommer, Michael Wedel:  
Die „Herr der Ringe“-Trilogie. Attraktion und Faszination eines  
populärkulturellen Phänomens**

Konstanz: UVK 2007 (Reihe Alltag, Medien und Kultur, Bd.1), 299 S.,  
ISBN 978-3-86764-022-0, € 29,-

In der Studie *Die „Herr der Ringe“-Trilogie* präsentieren Lothar Mikos und seine Mitarbeiter die Ergebnisse eines international verzahnten Forschungsprojekts, welches anlässlich des Kinostarts von *Die Rückkehr des Königs* (2003), dem letzten Teil der überaus erfolgreichen Tolkien-Verfilmungen, an der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ in Potsdam durchgeführt wurde.

Unter dem Leitgedanken, dass die *Herr-der-Ringe*-Filme im Rahmen einer ökonomischen, technologischen, aber auch ästhetischen Medienkonvergenz (insbesondere hinsichtlich der Rolle von DVD, Computerspiel und Internet) als Blockbuster eines neuen Typs zu verstehen sind, untersuchen Mikos et al. die Erfolgsfaktoren dieser Film-Trilogie auf insgesamt drei Ebenen: Produktion, Text und Rezeption. Als Leitfaden dient dabei über weite Strecken Mikos' eigenes Grundlagentextwerk *Film- und Fernsehanalyse* (Konstanz 2002).

Im Abschnitt über den Produktionskontext werden zum einen die Marketingstrategien der Filme erläutert, zum anderen wird die Frage diskutiert, inwieweit der Hollywood-Blockbuster inzwischen ein eigenes Meta-Genre konstituiert.

Auf der Textebene werden die für den besonders überwältigenden Eindruck der Filme immer wieder angeführten audio-visuellen Effekte untersucht, es wird dabei aber betont, dass die Rolle der Narration auch im Kontext des Blockbuster-Kinos nicht vernachlässigt werden dürfe. Die anschließende Analyse der Erzählweise geht sowohl auf den Aspekt der Literaturadaption als auch auf ihre Einbettung in die Dramaturgie des populären Hollywood-Films ein. Ein gesondertes Kapitel widmet sich der nach unterschiedlichen Zielpublika aufgefächerten Aufbereitung des Stoffes in den verschiedenen DVD-Editionen sowie als Computerspiel. Die abschließende Rezeptionsstudie umfasst einerseits eine Analyse der die Filme umgebenden Diskurse (insbesondere in der Filmkritik), andererseits die Auswertung einer mehrstufigen Publikumsbefragung, bei der gleichermaßen quantitative (Umfragen) wie qualitative (Leitfaden-Interviews) Verfahren zum Einsatz kamen. In Verbindung mit dem kommunikationswissenschaftlichen Konzept des Involvements kommen Mikos et al. hier nicht nur zu einer Identifizierung der unterschiedlichen Publikumssegmente, sondern können zugleich auch die verschiedenen Verstehensprozesse und Erlebnisebenen herausarbeiten, die von Faktoren wie der Soziodemographie, vor allem aber dem zur Verfügung stehenden kulturellen Kapital (z.B. in Form von Vorwissen) abhängig sind. Durch Einbeziehung der internationalen Rahmenstudie wird dies auch in der kulturell vergleichenden Perspektive möglich.

Mikos et al. legen mit *Die „Herr der Ringe“-Trilogie* eine geradezu muster-gültige Studie vor, die eindrucksvoll demonstriert, wie Interdisziplinarität und ein Multi-Methoden-Design für die filmwissenschaftliche Analyse fruchtbar gemacht werden können. Hat man bei anderen Studien dieser Art nicht selten den Eindruck, dass sich ihre einzelnen Teile disparat gegeneinander sperren, so greifen in dieser Arbeit die unterschiedlichen Verfahren (insbesondere Filmanalyse und Rezeptionsforschung) nahtlos zum gemeinsamen Erkenntnisgewinn ineinander. Etwas bedauerlich ist dagegen, dass eine ideologiekritische Perspektive nur über die zitierten Filmkritiken Eingang in die Arbeit gefunden hat, hätte doch angesichts des vielfach diskutierten vormodernen Gedankenguts in der Vorlage eine Abfrage diesbezüglicher Einstellungen und Prädispositionen in der Rezeptionsstudie möglicherweise auch hinsichtlich des Filmerfolgs aufschlussreiche Einsichten liefern können. Einer breiten Rezeption in der Filmwissenschaft sowie in der darüber hinausgehenden Populärkultur- und Unterhaltungsforschung sollte das aber nicht im Wege stehen.

Christian Junklewitz (Köln)