

Schlagersemiotik als Forschungsfeld der Passauer Mediensemiotik

Jan-Oliver Decker, Universität Passau

Summary. The introduction briefly outlines the approach of the Passau media semiotics, deals with the hit-song ('Schlager') as a topic of media semiotics and finally presents the individual contributions.

Zusammenfassung. In der Einleitung wird kurz der Ansatz der Passauer Mediensemiotik skizziert und auf den Schlager als Thema der Mediensemiotik eingegangen und werden schließlich knapp die einzelnen Beiträge vorgestellt.

1. Grundzüge der Passauer Mediensemiotik

Die Mediensemiotik ist an der Universität Passau an die Neuere Deutsche Literaturwissenschaft angebunden. Die Semiotik dient dabei als Fundament literaturwissenschaftlicher Analysen von Lyrik, Dramatik, Epik des 17. bis 21. Jahrhunderts (vgl. Krahl 2005 und Krahl 2015a). Die Semiotik dient außerdem der Analyse anderer Kunstformen wie der traditionellen a/v-Medien Film und Fernsehen (vgl. Decker und Krahl 2008 sowie Gräf, Großmann, Klimczak, Krahl und Wagner 2017), der Neuen Medien wie Internet und Videospiele sowie der Analyse anderer Künste wie Fotografie, Tanz, Oper/Musical/Operette, Radio/Hörspiel/Podcast und viele andere mehr im 20. und 21. Jahrhundert (vgl. Großmann 2013; Hennig 2017; Krahl 2003; Krahl und Titzmann 2017). Aufgrund der Orientierung an der Neueren Deutschen Literaturwissenschaft gibt es dabei einen Schwerpunkt auf dem deutschen Kulturraum, aber auch kulturelle Textpraxen, Künste und mediale Formate anderer europäischer Kulturräume und des US-amerikanischen Kulturraums sind kulturvergleichend Gegenstand der Passauer Mediensemiotik. Ihr Interesse liegt damit vor allem auf einer medien- und textsortenspezifischen Literatur- und Medienwissenschaft, die medienübergreifend kultursemiotische Verknüpfungen vornimmt (vgl. zur Kultursemiotik Nies 2017, vgl. auch Decker 2018).

Ein Kerngedanke ist dabei, dass Gesellschaften und Kulturen in den Medien immer wieder im kontinuierlichen historischen Wandel einen genuinen Beitrag zu ihrem eigenen Selbstverständnis leisten. Sie sind als kulturelle Selbstreproduktionen sekundäre modellbildende semiotische Systeme im Sinne Jurij Lotmans (1993: 39); das heißt, sie entwerfen durch Verwendung primärer Zeichensysteme wie Musik, Sprache und Filmbild und damit Verwendung ihrer medienspezifischen Bedeutungspotenziale eigene, in sich abgeschlossene Weltentwürfe, die textimmanente sekundäre ästhetische Wirklichkeiten über textexternen kulturellen Wirklichkeiten aufbauen.

Dabei greifen solche sekundären Medienwirklichkeiten Bestandteile des kulturellen Wissens auf und können es bewerten, verwerfen, modifizieren und damit Haltungen, Mentalitäten und Einstellungen modellieren. Es sind die Medien und damit die sie formierenden multimodalen Texte jeder medialen Provenienz – in einem weitest verstandenen Sinne –, die kulturelle Komplexität sinnhaft reduzieren und zu historisch typischen Modellen von Welt verdichten und in sich epochentypisch abbilden können.

Ein Gedicht, ein Drama, ein Roman, aber auch ein Film, ein Musikvideo, eine Fernsehshow, eine Oper oder ein Computerspiel und ein Schlager bedienen sich je nach den an ihnen beteiligten Informationskanälen verschiedener primärer sprachlicher, schriftlicher, visueller oder auditiver Zeichensysteme, um in ihren sekundären modellbildenden semiotischen Systemen Bausteine kulturell relevanter Diskurse aufzugreifen, indem sie personalisiert, narrativiert und emotionalisiert und damit als wünschenswerte Welt oder angemessene Problemlösung für kulturelle Probleme evaluiert, akzeptiert oder verworfen werden. Dabei lassen sich Texte untereinander durch ihre medialen Strukturen auf der Ebene der Darstellung, des *Discours*, und auf der Ebene des Dargestellten, der *Histoire*, zu medialen Systemen zusammenfassen, die sich kontinuierlich wandeln und miteinander interagieren. Die Medien ermöglichen einer Kultur damit ein virtuelles Probehandeln, bei dem in ihnen vielleicht etwas schon gedacht werden kann, was (noch) nicht mehrheitsfähig gedacht werden kann, oder umgekehrt (vgl. Titzmann 1977 und Titzmann 1989).

2. Schlager als Gegenstand der Passauer Mediensemiotik

Aus einer semiotischen Perspektive auf den deutschen Kulturraum sind früh Arbeiten entstanden, die sich von Anfang an mit der audiovisuellen Inszenierung populärer Musik auseinandergesetzt haben. Hier sind Beiträge zur Volksmusik und zum Film der 1950er Jahre in der BRD als Erben nationalsozialistischer Ideologeme (Decker, Schwarz und Wunsch 2000; Krah und Wiesel 1996; Krah und Wiesel 1999), aber auch Arbeiten zum Musikvideo (Decker 1999; Decker 2005; Decker 2008; Krah 2015b) entstanden. Dabei ging es immer schon nie nur um die Musik als solche. Die

Passauer Mediensemiotik verfolgt keine Musiksemiotik im engeren Sinne. Vielmehr interessiert sich die Passauer Mediensemiotik vor allem für die Funktion musikalischer Zeichen in multimodalen Texten durch Narrativierung und Semiotisierung und damit ihre multikodalen Funktion(en) in sekundären modellbildenden Weltentwürfen (vgl. methodisch Decker und Krahl 2008; Gräf, Großmann, Klimczak, Krahl und Wagner 2017; Krahl 2017a und 2017b; Titzmann 2017).

Ein Ausgangsgedanke sind dabei Lotmans Ausführungen zur Musik und ihrer freien Strukturreserve (vgl. Lotman 1993: 79f.). Damit meint Lotman, dass Musik einerseits ein durch Rhythmus, Melodie und ausdifferenzierte Produktionsarten von Tönen (Instrumente, Gesang, Synthesizer usw.) massiv überstrukturiertes Zeichensystem ist, ohne andererseits eine denotative Bedeutung zu haben. Diese freie Strukturreserve ermöglicht, dass Musik massiv mit sekundären Bedeutungen durch ihre kotextuellen und kontextuellen Bedeutungsparameter konnotativ aufgeladen wird: (i) Bei Gesang verweist die Stimme auf die Person, als deren Ausdruck Musik erscheint; (ii) der Kontext der Musikproduktion durch Instrumente konnotiert bestimmte konzertante, sakrale oder andere Aufführungssituationen, (iii) die Kotexte Sprache, durch Text und Paratext, und die sozialen und kulturellen Kontexte und Rahmungen geben der Musik Inhalt und Bedeutung und füllen ihre freie Strukturreserve mit Sinn. Musik wird damit zum Träger von Bedeutungspotenzialen, die mit verschiedenen Bedeutungen aufgeladen werden können, diese Bedeutungen in neue Semantiken einbetten und damit auch in neue kulturelle Zusammenhänge transferieren können: So kann auf der Ebene der Filmmusik beispielsweise im Falle des Melodrams die Handlung so überformt werden, dass sowohl nicht sichtbare Gefühle der Figuren ausgedrückt werden als auch gleichzeitig die Gefühle der Zuschauerschaft mit den Figuren stellvertretend modelliert werden sollen, um ideologisch relevante Werte des Verzichts als sinn- und wertvoll zu vermitteln (vgl. Decker 2000). Die Musik ermöglicht somit einen Austausch an Botschaften zwischen Text und textexternem Kontext, genauso wie sie auch innerfilmisch/kotextuell zwischen verschiedenen Bedeutungen moderieren und neue Bedeutungen formieren kann. So können Schlagernummern Handlungen so überstrukturieren, dass einerseits die Figurenentwicklung markiert und andererseits die filmexterne Welt der Schlagerherstellung und Schlagerperformance, mithin die filmexterne Vermarktung in den Film hineingeholt wird und der Film eine transmediale Vermarktung der Musik in mentalitätsgeschichtlichen Kontexten wie Tourismus und Befriedigen von Reisewünschen nach exotischen Orten bedient (vgl. Wulff 2019).¹ Der Schlager ist damit ein per se kulturwissenschaftlich und diskursiv im Medienverbund zu analysierendes Genre (vgl. so schon systematisch Helmes 1996, im Überblick Helmes 2003 und einführend Bieber und Helmes 2013).

3. Die Beiträge

Die hier versammelten Original-Beiträge legen überwiegend Korpusanalysen vor, die sich dem Schlager im Medienverbund widmen und dabei eine historische Perspektive auf deutschsprachige Kultur (BRD, DDR, Österreich) von den 1950er Jahren bis in die Gegenwart einnehmen und sich mit einer Dominanz auf dem Spielfilm auch Musikvideos und der Inszenierung der Musik im Fernsehen widmen.

Viele der hier vorgelegten Aufsätze wenden dabei Lotmans Konzept der Semiosphäre an, in dem Lotman das Modell seiner Raumsemantik auf Kultur überträgt (vgl. Lotman 1990 und 2010 sowie Decker 2017). Die Semiosphäre ist eine Vorstellung von Kultur, bei der permanent Prozesse der Semiotisierung stattfinden, die kanonische Texte, Kodes und Semantiken als kulturelles Zentrum etablieren; gleichzeitig wird durch konstante Prozesse der De-Semiotisierung dieses kanonische Zentrum transformiert, modifiziert und aufgelöst. Ausgelöst werden diese permanenten Wandelprozesse der Verfestigung und Auflösung kulturellen Sinns durch Prozesse des Kontakts einer Semiosphäre mit einer anderen. In Lotmans Vorstellung ist dies vor allem der Kontakt zweier Nationalliteraturen miteinander, die jeweils durch Übersetzungsleistungen an den Grenzen beider Semiosphären Input von außen hereinholen. Im Verständnis der Passauer Mediensemiotik ist das Modell der Semiosphäre auf beliebige kulturelle und mediale (Teil-)Systeme übertragbar gemacht worden (vgl. Decker und Krahl 2011; Decker 2018). Eine besondere Rolle für die Binnenstrukturierung von Semiosphären spielen dabei in den jeweiligen systemischen Einheiten systeminterne Aspekte der Bildung kultureller Identität, Alterität und Alienität im Sinne Todorovs (vgl. Todorov 1985 und Decker 2014b).

Ein zentrales Ergebnis, das sich aus der Zusammenschau der hier vorgelegten Beiträge ergibt, ist dabei, dass der Schlagersong als Musikstück oft die Funktion hat, sprachliche und musikalische Leerformeln zu kombinieren, die einerseits ein überstrukturiertes Musikstück bilden, das andererseits aus den Kontexten der Filmhandlungen performativ herausgelöst wird und einen Eigenwert bekommt. Auf diese Weise wird das Schlagerstück an die performierende Person gebunden und kann damit gleichzeitig Figurenentwicklungen markieren und andererseits an den/die Interpret*in als Star gebunden werden, der/die den Schlager mit eigenen Bedeutungen auflädt.² Der Schlager kann aufgrund seiner Leerformeln bei seiner gleichzeitigen Überstrukturiertheit neue Bedeutungen, je nach Kontext, in dem er performiert wird, aufnehmen, und wird damit durch die Person angeeignet, die ihn jeweils performiert. Wie alle Beiträge zeigen, werden Schlager und Hit-Songs damit zu variabel befüllbaren Containern von Bedeutungen, mit denen eine permanente Semiotisierung und De-Semiotisierung im Rahmen einer Semiosphäre möglich ist. Der Schlager ist sozusagen ein Transportmittel für den Im- und Export kulturellen Sinns zwischen verschiedenen medialen Formaten, Medien und Mentalitäten und kulturellen Teilsystemen.

So zeigt **Stephanie Großmann** in ihrem ersten Beitrag zur Rolle der Musik im Heimatfilm der 1950er Jahre auf dem Fundament typischer Signifikationsmöglichkeiten von Filmmusik, dass der Schlager im Heimatfilm der 1950er Jahre in der BRD die Funktion hat, symbolische Heimaträume zu repräsentieren, an die die Werte einer traditionellen Beziehung und eines familiär hierarchisch strukturierten Kollektivs gebunden werden.

Auf der Ebene der Werteformationen der 1950er in der BRD damit absolut kompatibel zeigt **Hans Krahs** in seinem ersten Beitrag zur Schlagersphäre als Semiosphäre auf der Basis des Schlagerfilms der 1950er Jahre, dass die Filme oft das Modell der Simulation benutzen, um an der Oberfläche der Filme Innovation und Austausch mit Anderem und Fremdem zu simulieren, in sich aber eine ideale Schlagerwelt als hermetisch und konstant von jeder Veränderung zu isolieren, um auf diese Weise in der Mentalität der 1950er Jahre in der BRD kulturelle Sicherheit zu bieten.

Dennis Gräf zeigt an diese Befunde anknüpfend in seinem Beitrag zum Autorenfilm der 1960er Jahre, wie der Schlager im Autorenfilm der BRD negativ als Repräsentant einer zu verarbeitenden und zu bewältigenden Vergangenheit semantisiert wird. Umgekehrt zeigt der Beitrag damit auch, dass sich die Identität des Autorenfilms an der Peripherie der Mainstream-Kultur der BRD unter dem Vorzeichen einer intellektuellen Subversion durch Diffamierung eines Anderen ergibt und damit wiederum Mechanismen der Ausgrenzung und Abwertung reproduziert, die sich auch im abgewehrten Schlagerfilm finden lassen.

Flankierend zeigt **Stephanie Großmann** in ihrem zweiten Beitrag zum DEFA-Schlagerfilm, dass in der DDR der Schlager in den 1960er Jahren dafür funktionalisiert wird, individuelle Wünsche unter Bedürfnisse des Kollektivs unterzuordnen, so dass der Defa-Schlagerfilm der 1960er Jahre auf diese Weise hyperbolisch eine ideologisch wünschenswerte Welt im Sinne der Vorstellungen der SED-Propaganda entwirft.

Mit der hyperbolischen Semantisierung des Raums Österreich durch Schlager und Volksmusik beschäftigt sich **Hans Krahs** zweiter Beitrag zum ‚Sound of Österreich‘. Dabei zeigt der Beitrag, dass der ‚Sound of Österreich‘ auf eine hegemoniale Idee von Österreich ausgerichtet ist und dabei ein abstrakt bleibendes Konzept von Heimat transmedial vermittelt, das von Referenzen auf andere, konkrete Bedeutungen entleert wird.

Einen ähnlichen Gedanken verfolgt der Beitrag von **Jan-Oliver Decker** zu Hildegard Knefs bekanntestem Schlager *Für mich soll's rote Rosen regnen*. Der Beitrag zeigt, wie der Schlager selbst widersprüchliche Bedeutungen harmonisiert und dann in seiner Adaptionsgeschichte zum ‚Emblem‘ wird, das als Projektionsraum mit eigenen persönlichen Vorstellungen durch die Interpret*innen und Rezipient*innen angereichert wird, die den Schlager an neue kulturelle Kontexte anpassen.

Den Zusammenhang zwischen Künstler*in und (Selbst-)Referenz systematisiert der letzte Beitrag von **Hans Krahs** zu Referenz und Image im Musikvideo, der drei Referenzarten herausarbeitet (biografische, pro-

jektive und kommentierende Selbstreferenz), um typologisch die in Musikvideos hervorgebrachten Konzepte eines Künstler-Selbst zu bestimmen.

Die Beiträge eint damit erstens ein chronologischer Zusammenhang mit einer Dominanz auf der bundesdeutschen Kultur der 1950er und 1960er Jahre als den beiden Jahrzehnten deutscher Kultur, die die Schlagerkultur nach dem Zweiten Weltkrieg in der BRD und der DDR zu neuer Blüte treiben. Die Semantiken dieser Zeit sind bis heute in Teilen prägend (vgl. Krah zum ‚Sound of Österreich‘ in diesem Band). Durch Anwendung sauberer mediensemiotischer Beschreibungen textuell manifester Bedeutungen, der Beschreibung ihrer Re- und De-Kontextualisierungen in Semiosphären und damit der Beantwortung der Frage, wie sich Identitäten und Mentalitäten wandeln, möchten alle hier vorgelegten Original-Beiträge zweitens Bausteine zu einer *Schlagersemiotik* liefern, die sich dem Spannungsfeld multimodaler und multikodaler Texte in transmedialen Medienverbänden widmet und ihren sich wandelnden Referenzen und Funktionen nachspürt.

Anmerkungen

- 1 Vgl. zur Definition des Schlagers, seiner Begriffs- und Sachgeschichte, einleitend Helmes 2003, den Wulff 2019 merkwürdigerweise ebenso wenig zur Kenntnis nimmt wie Helmes 1996 mit seinem kulturwissenschaftlich orientierten und differenzierten Programm zur Analyse zum Zusammenhang von Schlager und Schlagerfilm.
- 2 Vgl. zur Analyse und Funktion von Starimages in Zusammenhang mit Musikvideos einleitend Decker 2005 und zur Funktion von Schauspiel und Musikstars als ‚Trickster‘ Decker 2016, vgl. zum prototypischen Starimage am Beispiel Marilyn Monroe Decker 2014a.

Literatur

- Bieber, Ada und Günter Helmes (2013). Von Trizonesiern, Konjunkturrittern und Herzensbrechern. Der Schlagersound der 1950er Jahre. In: Gerhard Paul (ed.). *Soundgeschichte des 20. und 21. Jahrhunderts*. Göttingen: Wallstein 2013, 309–314.
- Decker, Jan-Oliver (1999). Der Raum als Metapher zwischen ‚Auflösung‘ und ‚Transzendenz‘. Strategien der Raumsemantik, Sexualitätsdiskurs und Madonna im Musikvideo. In: Hans Krah (ed.). *Räume, Grenzen, Grenzüberschreitungen. Bedeutungs-Welten in Literatur, Film und Fernsehen*. Tübingen: Narr, 131–164.
- Decker, Jan-Oliver (2000). Die Leidenschaft, die Leiden schafft, oder wie inszeniert man eine Stimme? Anmerkungen zum Starimage von Zarah Leander. In: Hans Krah (ed.). *Geschichte(n). NS-Film – NS-Spuren heute*. Kiel: Ludwig, 97–122.

- Decker, Jan-Oliver (2005). Madonna: „Where’s That Girl?“ – Starimage und Erotik im medialen Raum (= LIMES – Literatur- und Medienwissenschaftliche Studien – KIEL, 3). Kiel: Ludwig.
- Decker, Jan-Oliver (2008). Madonna. Die Konstruktion einer Popikone im Musikvideo. In: Gerhard Paul (ed.). *Bilderatlas des 20. und beginnenden 21. Jahrhunderts*. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 590–597.
- Decker, Jan-Oliver (2014a). Marilyn Monroe. In: Stephanie Wodianka und Juliane Ebert (eds.). *Metzler Lexikon moderner Mythen. Figuren, Konzepte, Ereignisse*. Stuttgart und Weimar: Metzler, 266–270.
- Decker, Jan-Oliver (2014b). Jagdszenen aus Niederbayern. Konstruktionen des ‚Eigenen‘, ‚Anderen‘ und ‚Fremden‘ im Medienverbund von Bühnenstück, Erzählung und Verfilmung. In: Jan-Oliver Decker und Hans KraH (eds.). *Skandal und Tabubruch – Heile Welt und Heimat. Bilder von Bayern in Literatur, Film und anderen Künsten*. Passau: Stutz, 155–181.
- Decker, Jan-Oliver (2016). Starmythen – Mythische Stars. Stars als ‚Trickster‘ im 20. und 21. Jahrhundert am Beispiel von Michael Jackson, Marlene Dietrich, Marilyn Monroe und Madonna. In: Stephanie Wodianka und Juliane Ebert (eds.). *Inflation der Mythen? Zur Vernetzung und Stabilität eines modernen Phänomens*. Bielefeld: transcript, 79–108.
- Decker, Jan-Oliver (2017). Medienwandel. In: Hans KraH und Michael Titzmann (eds.). *Medien und Kommunikation. Eine Einführung aus semiotischer Perspektive*. Passau: Schuster, 423–446.
- Decker, Jan-Oliver (2018). Strukturalistische Ansätze in der Mediensemiotik. In: Martin Endres und Leonhard Herrmann (eds.). *Strukturalismus, heute. Brüche, Spuren, Kontinuitäten*. Stuttgart: de Gruyter, 79–95.
- Decker, Jan-Oliver und Hans KraH (eds.) (2008). *Zeichen(Systeme) im Film*. Themenheft der *Zeitschrift für Semiotik* 30, 3–4. Tübingen: Stauffenburg.
- Decker, Jan-Oliver und Hans KraH (2011). Mediensemiotik und Medienwandel. In: Institut für interdisziplinäre Medienforschung (eds.). *Medien und Wandel*. Berlin: Logos, 63–90.
- Decker, Jan-Oliver, Olaf Schwarz und Marianne Wunsch (2000). Von der Novelle zum Film: Theodor Storms „Immensee“ (1850) und Veit Harlans Film „Immensee. Ein deutsches Volkslied“ (1943). In: Hans KraH (ed.). *Geschichte(n). NS-Film – NS-Spuren heute*. Kiel: Ludwig, 31–49.
- Gräf, Dennis, Stephanie Großmann, Peter Klimczak, Hans KraH und Marietheres Wagner (2017). *Filmsemiotik. Eine Einführung in die Analyse audiovisueller Formate*. 2. Auflage. Marburg: Schüren.
- Großmann, Stephanie (2013). *Inszenierungsanalyse von Opern. Eine interdisziplinäre Methodik*. Würzburg: Königshausen und Neumann.
- Helmes, Günter (1996). Populärmusik und Gefühle. Beobachtungen und Überlegungen zum deutschen Schlager (unter besonderer Berücksichtigung der späten 40er bis frühen 60er Jahre). *Der Deutschunterricht* 48, 2 (Literatur und Lebenswelt: Inszenierte Gefühle), 62–84.
- Helmes, Günter (2003). Schlager. In: *Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft*, Bd. 3, 377–380.

- Hennig, Martin (2017). *Spielräume als Weltentwürfe. Kultursemiotik des Videospiele*. Marburg: Schüren.
- Krah, Hans (2003). Tanz-Einstellungen. Ein Blick auf die Geschichte des Tanzes im Film. *Kodikas/Code Ars Semeiotica* 26, 3–4, 251–271.
- Krah, Hans (2005). Einführung. In: Hans Krah (ed.). *Selbstreferenz und literarische Gattung*. Themenheft der *Zeitschrift für Semiotik* 27, 1–2, 3–21.
- Krah, Hans (2015a). *Einführung in die Literaturwissenschaft/Textanalyse*. 2. Auflage. Kiel: Ludwig.
- Krah, Hans (2015b). Das überschreitende Moment. Bewegung und Stillstand in Spike Jonzes Musikvideos. In: Johannes Wende (ed.). *Spike Jonze*. München: edition text + kritik, 23–43.
- Krah, Hans (2017a). Mediale Grundlagen. In: Hans Krah und Michael Titzmann (eds.). *Medien und Kommunikation. Eine Einführung aus semiotischer Perspektive*. Passau: Schuster, 57–80.
- Krah, Hans (2017b). Leitmedium Film – av-Formate. In: Hans Krah und Michael Titzmann (eds.). *Medien und Kommunikation. Eine Einführung aus semiotischer Perspektive*. Passau: Schuster, 309–329.
- Krah, Hans und Michael Titzmann (eds.) (2017). *Medien und Kommunikation. Eine Einführung aus semiotischer Perspektive*. Passau: Schuster.
- Krah, Hans und Jörg Wiesel (1996). Musik fürs Volk – Erfolg durch Volksmusik. Konstruktion, Präsentation und Semantik „volkstümlicher“ Musik im Fernsehen der 90er Jahre. Eine mediensemiotische Analyse. *Kodikas/Code Ars Semeiotica* 19, 3, 259–279.
- Krah, Hans und Jörg Wiesel (1999). „Volksmusik“ und (Volks-)Gemeinschaft. Eine unheimliche Beziehung. In: Hans Krah (ed.). *Geschichte(n). NS-Film – NS-Spuren heute*. Kiel: Ludwig, 123–173.
- Lotman, Jurij M. (1990). Über die Semiosphäre. *Zeitschrift für Semiotik* 12, 4, 287–305.
- Lotman, Jurij M. (1993). *Die Struktur literarischer Texte*. 4. Auflage. München: Fink.
- Lotman, Jurij M. (2010). *Die Innenwelt des Denkens*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Nies, Martin (2017). Kultursemiotik. In: Hans Krah und Michael Titzmann (eds.). *Medien und Kommunikation. Eine Einführung aus semiotischer Perspektive*. Passau: Schuster, 377–398.
- Titzmann, Michael (1977). *Strukturelle Textanalyse*. München: Fink.
- Titzmann, Michael (1989). Kulturelles Wissen – Diskurs – Denksystem. Zu einigen Grundbegriffen der Literaturgeschichtsschreibung. *Zeitschrift für französische Sprache und Literatur* 99, 47–61.
- Titzmann, Michael (2017). Text-Bild-Beziehungen. In: Hans Krah und Michael Titzmann (eds.). *Medien und Kommunikation. Eine Einführung aus semiotischer Perspektive*. Passau: Schuster, 177–200.
- Todorov, Tzvetan (1985). *Die Eroberung Amerikas. Das Problem des Anderen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Wulff, Hans-Jürgen (2019). Editorial. Schlagerfilme im Kontext ihrer Zeit. In: Hans-Jürgen Wulff und Michael Fischer (eds.). *Musik gehört dazu. Der österreichisch deutsche Schlagerfilm 1950-1965*. Münster und New York: Waxmann, 7–19.

Prof. Dr. Jan-Oliver Decker

Professur für Neuere Deutsche Literaturwissenschaft/Mediensemiotik

Universität Passau

D-94032 Passau

E-Mail: Jan-Oliver.Decker@uni-passau.de