

Inhalt

Einleitung

1. »Der Herr der Ringe« als konvergentes Medienprodukt. 9

Der Produktionskontext von »Der Herr der Ringe«

2. Blockbuster als Meta-Genre 19
3. Von Hollywood nach Neuseeland 31
4. Markt und Marketing eines Box-Office-Hits 55

Text und Textualität von »Der Herr der Ringe«

5. Text und Textualität 79
6. Fantasy, Effekte und die Inszenierung von Mittelerde 89
7. Narration, Erzählperspektiven und Figuren 111
8. Ästhetische Konvergenzen zwischen Film, Buch, DVD und Computerspiel. 131

»Der Herr der Ringe« im Kontext von Kultur und Lebenswelt

9. Der deutsche Diskurs über die Trilogie in den Printmedien und im Internet 165
10. Das Publikum und die Rezeptionsstudie. 193
11. Differenzierung des Publikums: Hardcore-Gamer und Leseratten 209

12. Das Kinoerlebnis: Involvement als
Rezeptionsmodalität 227

»Der Herr der Ringe« als globales Phänomen

13. Das weltweite Publikum – ein Vergleich..... 245

Anhang

I. Daten und Fakten zur »Herr der Ringe«-Trilogie 271
II. Literatur..... 281