

Nadine Dablé

Anne Bartsch, Jens Eder, Kathrin Fahlenbrach (Hg.): Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote

2008

<https://doi.org/10.17192/ep2008.2.714>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Dablé, Nadine: Anne Bartsch, Jens Eder, Kathrin Fahlenbrach (Hg.): Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 25 (2008), Nr. 2, S. 147–149. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2008.2.714>.

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.

Anne Bartsch, Jens Eder, Kathrin Fahlenbrach (Hg.): Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote

Köln: Herbert von Halem 2007, 456 S., ISBN 978-3-938258-30-9, € 32,-

Der Sammelband entstand im Anschluss an eine interdisziplinäre Tagung in Hamburg und erhebt den Anspruch, die zahlreichen heterogenen Einzelaspekte der audiovisuellen Emotionsdarstellung und -lenkung, die die 22 Beiträge aufgreifen, zusammenzuführen. Der besseren Überschaubarkeit dieses breiten Spektrums dient die Einteilung der Aufsätze in vier Kategorien.

In Teil 1 sollen die biologischen Bedingungen von Emotionen verhandelt werden. Murray Smith plädiert in seinem Beitrag für eine biokulturelle Sichtweise und sieht Emotionen als Reaktionen auf innere oder äußere Umwelt und damit in der Schnittmenge zwischen Naturwissenschaft und Geistes- bzw. Kulturwissenschaft verortet. Er analysiert die audiovisuelle Darstellung von Emotionen am Beispiel von *Heimat 3 – Chronik einer Zeitenwende* (2004). Clemens Schwender und Frank Schwab fragen in ihrem Aufsatz nach dem evolutionären Nutzen des gesteigerten Medienkonsums, von dem aufgrund der hohen ‚Investitionen‘ in die Unterhaltung auszugehen ist. Torben Grodal sieht die Funktion der Filmrezeption als eine Art ‚mentales Spielen‘. Er beschäftigt sich hauptsächlich mit negativen Emotionen und sieht das ‚mentale Spielen‘ als Training für die außerfiktionale Realität.

Teil 2 widmet sich der soziokulturellen Perspektive auf das Phänomen audiovisueller Emotionen. Knut Hickethier liefert eine interessante Antwort auf die Frage nach dem Zweck der inflationären medialen Emotionsvermittlung. Dieser liegt für ihn darin, die realen Emotionen der Menschen an die Medien zu binden, sie zu kanalisieren und zu disziplinieren. Die Analogien zwischen Emotionen und Ritualen betont Reinhold Viehoff in seinem Beitrag. Er postuliert eine Übertragung der Emotionsinszenierung von den Medien in den Alltag. Frank Bösch interessiert sich für die historische Wandlung des öffentlichen Diskurses im Bezug auf Emotionen und das verstärkte Aufkommen bestimmter Emotionen zu bestimmten Epochen. Patrick Vonderau schließlich betrachtet die ‚Emotionsmaschine‘ Film unter ökonomischen Gesichtspunkten und schlägt vor, Filmrezeption als Konsumprozess aufzufassen.

Den dritten Teil bilden Beiträge, die die psychologische Sicht auf audiovisuelle Emotionen vertreten; insbesondere kognitive Aspekte werden hier berücksich-

tigt. Roland Mangold beschäftigt sich mit dem Entstehen von Emotionen auf der Rezipientenseite und stellt verschiedene Ansätze vor. Besonders ergiebig ist seine Erörterung der Spezifika audiovisuell vermittelter Emotionen im Vergleich zu Alltagsemotionen. Werner Früh und Carsten Wunsch diskutieren auf Grundlage der ‚triadisch-dynamischen Unterhaltungstheorie‘ (W. Früh: „Triadisch-Dynamische Unterhaltungstheorie (TDU)“. In: Früh, Stiehler (Hg.): *Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs*. Köln 2003. S. 27-56.) Emotionen in Form von Mikro- und Makroemotionen. Um eine Erweiterung des Fokus bemüht sich Mary Beth Oliver in ihrem Beitrag. Die Konzentration auf das Konzept des Genusses als Funktion von Unterhaltung ist ihr zu eng, da dieses nur bei Medienangeboten mit positiver Stimmung greife, und sie plädiert für die Einführung einer weiteren Gratifikationskategorie, die der Wertschätzung. Basierend auf zwei empirischen Erhebungen stellt Monika Suckfüll den Entwurf eines Modells vor, das eine differenziertere Betrachtung der verschiedenen Formen von Rezeptionsmodalitäten ermöglichen soll. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass das ‚emotionale Involvement‘ kein isolierter Faktor, sondern in ein komplexes System anderer Modalitäten eingebunden sei. Dagmar Unz geht davon aus, dass Medien das Potenzial haben, nicht nur kognitive Informationsverarbeitungsprozesse zu beeinflussen, sondern auch emotionale. Zur Untersuchung dieses Zusammenhangs schlägt sie das auf Goffmans Rahmenanalyse (Erving Goffman *Frame Analysis*, 1974) basierende Konzept des „Emotional Framing“ vor.

Der vierte, umfassendste Teil ist Aspekten der Ästhetik und Narration gewidmet. Jens Eder diskutiert am Beispiel des Filmes *A Clockwork Orange* (1971) verschiedene theoretische Ansätze der Rezipientenforschung und führt diese zu einer eigenen Synthese. Im anschließenden Beitrag behandelt Anne Bartsch die Ebene der Meta-Emotionen, also die emotionale Bewertung von ‚primären‘, dargestellten Emotionen, in der sie das Potenzial zur Erklärung von unterschiedlichen Rezipientenpräferenzen sieht. Sie demonstriert ihre Überlegungen am Beispiel *Fight Club* (1999). Hermann Kappelhoff diskutiert audiovisuelle Emotionen in Bezug zur kinematografisch zentralen Dimension der Bewegung und erläutert sie am Beispiel von *Jezebel* (1938). Christine Voss lenkt den Blick darauf, dass zur Illusionsbildung im Kino neben der intentionalen Veränderung des Zuschauers auch die somatische Affizierung von zentraler Bedeutung ist. Kathrin Fahlenbrach richtet ihren Fokus auf die akustische Ebene und schlägt ein „Modell audiovisueller Metaphern“ (S.331) vor, das auf der Annahme beruht, dass metaphorische Übertragungen einen basalen kognitiven Mechanismus darstellen. Carl Plantinga stellt in seinem Aufsatz die Frage, ob der Zuschauer auch dazu bewegt werden kann, negative Emotionen nachzuempfinden, die auf seine eigene Situation nicht zutreffen. An einigen Beispielen aus dem Schaffen Hitchcocks verdeutlicht er, dass eine direkte Übertragung solcher Empfindungen auf den Zuschauer zwar nicht möglich sei, aber Empfindungen, die diesen affektiv ähnlich sind, könnten evoziert werden. Er schlägt hierfür die Bezeichnung „synästhetische Affekte“ (S.356)

vor. Patrick Colm Hogan differenziert verschiedene Formen der Rezipientenerwartung und stellt sie schließlich vor den Hintergrund von filmischen Kontinuitätsverletzungen. Auf eine zum Verständnis indischer Filme wichtige Facette der Rasa-Theorie verweist Lalita Pandit, indem sie das *sānta rasa* ins Zentrum ihrer Überlegungen stellt. Es handelt sich um eine „Emotion der friedvollen Freude“ (S.382), deren narrativen Einsatz zur Andeutung von Transzendenz Pandit anhand von drei Filmen erläutert. Die Schwierigkeiten bei der Emotionsübertragung durch computeranimierte Figuren thematisiert Barbara Flückinger in ihrem Beitrag. Als eine der wenigen gelungenen Beispiele erläutert sie die Figur Gollums aus der *The Lord of the Rings*-Trilogie (2001, 2002, 2003). Christine Brinckmann interessiert sich für die Problematik gegenläufiger Stimuli, wenn sich etwa der emotionale Inhalt nicht in der Form widerspiegelt.

Der Band bietet ein breites Spektrum an Beiträgen, indem trotz der thematischen Vielfalt immer wieder Vergleichspunkte aufscheinen, wodurch sich eine integrative Ebene ergibt. Wer hier allerdings gemäß dem interdisziplinären Anspruch Beiträge von Autoren unterschiedlicher Disziplinen erwartet, der wird enttäuscht. Alle Autoren des Bandes sind genuine Medienwissenschaftler, zum Teil dem kulturwissenschaftlich-philosophischen Lager zugehörig, zum Teil dem kommunikationswissenschaftlich-empirischen. Durch die teilweise weitsichtigen Blicke über den eigenen Tellerrand hinaus entwickeln die Autoren allerdings durchaus neue und inspirierende Perspektiven.

Nadine Dablé (Lüneburg)