

Anne Bartsch / Jens Eder / Kathrin Fahlenbrach (Hrsg.)

Audiovisuelle Emotionen

Emotionsdarstellung und
Emotionsvermittlung durch audiovisuelle
Medienangebote

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.dbb.de> abrufbar.

Anne Bartsch / Jens Eder / Kathrin Fahlenbrach (Hrsg.)

Audiovisuelle Emotionen.

Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch

audiovisuelle Medienangebote

Köln : Halem, 2007

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2007, 2014 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-938258-30-9

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im

Internet unter <http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

Vorwort	7
ANNE BARTSCH / JENS EDER / KATHRIN FAHLENBRACH	8
Einleitung: Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien	
I. BIOLOGISCHE GRUNDLAGEN AUDIOVISUELLER EMOTIONEN	
MURRAY SMITH	39
Was macht es für einen Unterschied? Wissenschaft, Gefühl und Film	
CLEMENS SCHWENDER / FRANK SCHWAB	60
Evolutionäre Grundlagen emotionaler und ästhetischer Medienrezeption	
TORBEN GRODAL	85
Filmische Emotionen, Valenz und evolutionäre Adaptionen	
II. KULTUR UND GESCHICHTE AUDIOVISUELLER EMOTIONEN	
KNUT HICKETHIER	104
Die kulturelle Bedeutung medialer Emotionserzeugung	
REINHOLD VIEHOFF	123
Einige Fragen, die Ritualisierung von Emotionen in den Medien betreffend	
FRANK BÖSCH	142
Medien und Emotionen: Zugänge der Geschichtswissenschaft	

PATRICK VONDERAU	156
Emotionen auf Bestellung. Zur Ökonomik des Filmerlebens	

III. REZEPTIONSPSYCHOLOGIE AUDIOVISUELLER EMOTIONEN

ROLAND MANGOLD	171
Anforderungen an die Erklärung audiovisueller Emotionen und Vorstellung eines integrativen Ansatzes	

WERNER FRÜH / CARSTEN WÜNSCH	187
Die Makroemotion ›Unterhaltung‹ in der Triadisch-Dynamischen Unterhaltungstheorie (TDU)	

MARY BETH OLIVER	205
Wertschätzung als Publikumsreaktion am Beispiel tragischer, ergreifender und bewegender Unterhaltung	

MONIKA SUCKFÜLL	218
Emotionale Modalitäten der Filmrezeption	

DAGMAR UNZ	238
Emotional Framing – Wie audiovisuelle Medien die emotionale Verarbeitung beeinflussen	

IV. ÄSTHETIK UND NARRATION AUDIOVISUELLER EMOTIONEN

JENS EDER	256
Gefühle im Widerstreit: <i>A Clockwork Orange</i> und die Erklärung audiovisueller Emotionen	

ANNE BARTSCH	277
Meta-Emotionen und ihre Vermittlung im Film	

HERMANN KAPPELHOFF	297
Die vierte Dimension des Bewegungsbildes. Das filmische Bild im Übergang zwischen individueller Leiblichkeit und kultureller Fantasie	
CHRISTIANE VOSS	312
Narrativität, Emotion und kinematografische Illusion aus philosophischer Sicht	
KATHRIN FAHLENBRACH	330
Audiovisuelle Metaphern und Emotionen im Sounddesign	
CARL PLANTINGA	350
Synästhetische Affekte: Szenarios von Schuld und Scham in Hitchcocks Filmen	
PATRICK COLM HOGAN	362
Sensomotorische Projektion, Kontinuitätsbrüche und Emotion im Filmerleben	
LALITA PANDIT	382
Von der Verzweiflung zum Staunen: Szenen der Transzendenz im indischen Kino	
BARBARA FLÜCKIGER	402
Emotion Capture. Wie es einer digitalen Figur gelingt, Emotionen zu wecken	
CHRISTINE N. BRINCKMANN	422
Emotionale Interferenzen: Gedanken und Hypothesen anhand des Films <i>Top Spot</i> von Tracey Emin	
Autorinnen und Autoren	446

Visuelle Kommunikation



ANNE BARTSCH / JENS EDER /
KATHRIN FAHLENBRACH (Hrsg.)

Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote

2007, 456 S., 31 Abb., 4 Tab., Broschur,
213 x 142, dt.

EUR(D) 32,00 / EUR(A) 32,75 / sFr. 53,40

ISBN 978-3-938258-30-9

Kino, Fernsehen und andere audiovisuelle Medienangebote lösen bei den Konsumenten die unterschiedlichsten Emotionen aus und prägen so die Emotionskultur moderner Gesellschaften gleich doppelt: Zum einen sind sie das dominierende Mittel der Darstellung von Emotionen, zum anderen beeinflussen sie das emotionale Erleben ihrer Zuschauer nachhaltig.

Zwischen den beiden Forschungsrichtungen, die sich am intensivsten mit diesem Thema befasst haben – der geistes- und der sozialwissenschaftlichen Forschung – hat bisher noch kaum ein Dialog stattgefunden. Dieser Sammelband macht es sich zur Aufgabe, zentrale Positionen und Vertreter beider Richtungen vorzustellen und einen interdisziplinären und internationalen Austausch über audiovisuelle Emotionen anzuregen.

Autorinnen und Autoren aus verschiedenen Disziplinen – von den Film- und Medienwissenschaften über die Philosophie bis zu Medienpsychologie und empirischer Rezeptionsforschung – beschäftigen sich mit vier übergreifenden Themenschwerpunkten: mit den biologischen Grundlagen audiovisueller Emotionen, mit ihrer Kultur und Geschichte, mit ihrer rezeptionspsychologischen Modellierung und mit den ästhetischen und narrativen Verfahren ihrer Darstellung, Auslösung und Lenkung. Diese Themen werden anhand zahlreicher Beispiele aus dem Film- und Fernsbereich anschaulich erläutert.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Einleitung: Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien

Dass audiovisuelle Medien und Emotionen eng zusammenhängen, ist eine selbstverständliche Tatsache, deren volle Bedeutung und Reichweite man sich jedoch erst bewusst machen muss. Alle Medienangebote besitzen emotionales Potenzial. Wer den Fernseher einschaltet, ins Kino geht oder eine DVD einlegt, wird sofort mit fremden wie eigenen Emotionen konfrontiert: mit Liebeserklärungen und Wutausbrüchen in Talkshows, mit Komödien und Melodramen, mit Sorge oder Freude über Nachrichten, mit Horror, Thrill, Erotik, musikalischen Stimmungen. Dies alles wird meist unterschwellig begleitet von dem angenehmen Gefühl, als Beobachter bequem und sicher aufgehoben zu sein. Wenn gegenwärtig eine ›Emotionalisierung‹ der Medien konstatiert wird, ist also lediglich eine Intensivierung emotionaler Strategien angesprochen – die Emotionen selbst waren schon immer da. Sie bleiben zudem keineswegs auf den Bereich der Unterhaltung und Fiktion beschränkt: Nicht nur Spielfilme oder Serien hängen eng mit Gefühlen zusammen, sondern auch non- oder semi-fiktionale Formen wie Dokumentation, Infotainment, Reality-tv, Werbung oder Show. Nüchtern präsentierte Nachrichten über Kriege, Katastrophen oder den Tod Prominenter können starke Gefühle auslösen.

Die Nutzung dieser Medienangebote wirkt auf unsere Emotionskultur zurück, auf die Art und Weise, wie wir Gefühle öffentlich und privat wahrnehmen, erleben, ausdrücken, verstehen und bewerten. Audiovisuelle Medien thematisieren Emotionen in allgemeiner Form, zeigen die Gefühle realer Personen oder erfundener Figuren und lenken das emotionale Erleben der Zuschauer. Dies betrifft nicht nur deren Emotionen während des

Film- und Fernsehens, sondern auch emotionale Erwartungen davor und emotionale Verarbeitungsprozesse danach. Auch die Motive, audiovisuelle Medien zu nutzen, sind zum großen Teil emotionaler Art. So tragen Emotionen wesentlich dazu bei, dass Mediennutzung in den Industrieländern mittlerweile die häufigste Freizeitbeschäftigung ist. Im Durchschnitt sieht jede(r) Deutsche gut dreieinhalb Stunden am Tag fern, gönnt sich gelegentlich das besondere Erlebnis eines Kinobesuches und greift auch während der Computernutzung häufig auf audiovisuelle Angebote zu.

Es kann also angenommen werden, dass audiovisuelle Medienangebote die Emotionskultur moderner Gesellschaften in doppelter Hinsicht prägen. Zum einen sind sie privilegierte Mittel der *Darstellung* von Emotionen: In Bild, Ton und Sprache thematisieren und bewerten sie Emotionalität auf vielfältige Weise. Zum anderen sind sie Mittel der *Erzeugung* affektiver Reaktionen auf Seiten der Zuschauer. Diese mediale Doppelrolle der Darstellung und Auslösung ›audiovisueller Emotionen‹ ist Thema des vorliegenden Buches. Im Mittelpunkt stehen dabei folgende Fragen:

- Wie kann man die Emotionsdarstellungen und emotionslenkenden Strukturen audiovisueller Medien besser verstehen und präzise beschreiben?
- Wie kann man ihre Formen, Ursachen und Wirkungen ermitteln und erklären?
- Welche individuellen und soziokulturellen Funktionen können sie erfüllen, und welche Folgen – etwa hinsichtlich kollektiver Gefühlsdispositionen – können sie mit sich bringen?

Solche Fragen sind während der letzten Jahre intensiv diskutiert worden. Dabei lassen sich stark vereinfacht zwei Hauptlinien der Forschung unterscheiden. Auf der einen Seite stehen die Medienkulturwissenschaften, die sich vorwiegend auf die Strukturen der Medienangebote konzentrieren und zum Verständnis ihrer Wirkungspotenziale ein breites Spektrum verschiedener Theorien heranziehen. Auf der anderen Seite stehen Medienpsychologie und Kommunikationswissenschaft, die primär von der empirischen Untersuchung gegenwärtiger Zuschauer und ihrer tatsächlichen emotionalen Reaktionen ausgehen. Was die beiden Diskurse vielleicht mehr noch als ihre allgemeine Verortung in den Geistes- bzw. Sozialwissenschaften trennt, sind ihre konkreten wissenschaftlichen Praktiken, Autoritäten, Institutionen und personellen Netzwerke sowie ihre Ausrichtung auf Medienangebote einerseits und Zuschauerreaktionen andererseits.

Dabei muss jeder Versuch, den Zusammenhang von Medien und Emotionen umfassend zu verstehen, mindestens drei Aspekte berücksichtigen: die Strukturen der Medienangebote, die Emotionen der Zuschauer und die systematischen Verbindungen zwischen beiden (vgl. EDER 2005). Da sich geistes- und sozialwissenschaftliche Diskurse bisher jeweils auf einen dieser Aspekte konzentriert haben, können beide von einem Austausch profitieren. Das vorliegende Buch führt sie erstmals gezielt zu einer interdisziplinären Begegnung zusammen. Die Herangehensweisen der Autorinnen und Autoren reichen von der empirischen Medienpsychologie über sozial-, evolutions- und neurowissenschaftliche Zugänge bis zur analytischen Philosophie, Phänomenologie, Hermeneutik, Geschichtswissenschaft und Ökonomie. Zwischen ihren in vieler Hinsicht unterschiedlichen Positionen bestehen unserer Meinung nach zahlreiche inhaltliche Berührungspunkte. In der gegenwärtigen Situation, die nach wie vor durch einen Mangel an Verständigung und durch eine Begrenzung auf einzeltheoretische Perspektiven geprägt ist, erscheint es uns als sinnvoll, in dieser Einleitung ganz bewusst weniger die Differenzen als vielmehr die Übereinstimmungen der Beiträge zu betonen, um gemeinsame Erkenntnisse sichtbar zu machen und Möglichkeiten eines weiteren Dialogs zu verdeutlichen.

Wir werden weiter unten ausführlicher auf die Ergebnisse unserer individuellen Lektüre der Beiträge mit ihren vielfältigen Zusammenhängen und Vernetzungsmöglichkeiten eingehen, die wir für den Leser als roten Faden oder auch als Reibungsfläche anbieten und zur Diskussion stellen möchten. Notwendigkeit, Chancen und Risiken des angestrebten Dialogs werden zudem besser verständlich, wenn man sich zunächst den aktuellen Stand der Forschung zu audiovisuellen Medien und Emotionen kurz vergegenwärtigt.

1. Perspektiven medienbezogener Emotionsforschung

Der allgemeine Boom der Emotionsforschung ist kaum noch zu überblicken; immerhin bieten inzwischen einige Forschungsüberblicke Orientierung.¹ Sie deuten unter anderem darauf hin, dass sich trotz heftig debat-

1 Vgl. aus literaturtheoretischer Perspektive etwa ANZ 2007; aus soziologischer VON LÜDE/VON

tiertes Meinungsverschiedenheiten ein gewisses Grundkonzept der Emotion verbreitet hat. Viele Positionen sind sich weitgehend darüber einig, Emotionen als mehrdimensionale Prozesse mit verschiedenen Komponenten zu begreifen: Wenn jemand eine Emotion erlebt, liegt ein typischer Zusammenhang von Kognitionen, Körpervorgängen, Empfindungen, Bezugsgegenständen, Ausdrucksweisen und Verhaltenstendenzen vor.² So beruht Freude typischerweise auf bestimmten Wahrnehmungen oder Vorstellungen (etwa ein Ziel zu erreichen), die mit als angenehm empfundenen Körpervorgängen verbunden sind (z. B. Muskel-Entspannung), sich auf bestimmte Gegenstände richten (man freut sich über etwas) und bestimmte Ausdrucksformen und Verhaltensweisen nahe legen (Lächeln, Kommunikationsbedürfnis etc.). Emotionen beruhen offenbar auf angeborenen Grundlagen, erfahren aber unterschiedliche kulturelle und individuelle Ausprägungen, z. B. hinsichtlich der spezifischen Ursachen, die Freude auslösen, oder der Art, wie man sie ausdrückt.

Selbst wenn man ein solches Grundverständnis emotionaler Prozesse erkennt, werden bei ihrer wissenschaftlichen Behandlung doch ganz unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt. Die Evolutionstheorie betont ihre universelle biologische Prägung, die Soziologie ihre Abhängigkeit von überindividuellen sozialen Formationen, die Geschichtswissenschaft ihre Historizität, die Phänomenologie ihren Empfindungsaspekt, die Psychoanalyse ihre unbewussten Triebdynamiken und die kognitiven Theorien ihre Rationalität. Besonders ausgearbeitete Definitionen finden sich in der Philosophie und Psychologie. So akzentuiert die analytische Philosophie den Zusammenhang von Emotionen mit Wahrnehmungen, Urteilen und anderen Kognitionen.³ Innerhalb der human- und sozialwissenschaftlichen Emotionsforschung haben sich drei zentrale Perspektiven entwickelt: Neurologische Emotionstheorien beschäftigen sich mit den angeborenen oder erworbenen Grundlagen von Emotionen im menschlichen Gehirn.⁴ Bewertungs- oder Appraisal-Theorien beschreiben Emotionen als Reaktion auf kognitive Situationseinschätzungen, etwa hinsichtlich persönlicher Ziele und Bewältigungsmöglichkeiten.⁵

SCHEVE 2006; aus psychologischer OTTO/EULER/MANDL (Hrsg.) 2000 und BARTSCH/HÜBNER 2004; aus philosophischer HARTMANN 2002; aus historischer REDDY 2001.

2 Vgl. etwa HÜLSHOFF 2001; OTTO/EULER/MANDL 2000.

3 Z. B. ALSTON 1981; SOLOMON 1976; DE SOUSA 1987; GOLDIE 2000; HARTMANN 2002; VOSS 2004.

4 Z. B. LEDOUX 1996; PANKSEPP 1998; DAMASIO 1994.

5 Z. B. LAZARUS 1991; FRIJDA 1986; SCHERER 2001.

Und sozialkonstruktivistische Emotionstheorien fassen Emotionen als sozial geprägte Rollen- und Bedeutungsmuster auf.⁶

Diese Vielfalt allgemeiner Emotionstheorien kann herangezogen werden, wenn man den Versuch unternimmt, den Zusammenhang zwischen Medien und Emotionen begrifflich präziser zu erfassen, differenzierter zu modellieren und empirisch abzusichern. Inzwischen liegt eine Vielzahl von Arbeiten zum Thema ›Medien und Emotionen‹ vor. In der Mehrzahl lassen sie sich den zwei Hauptlinien des Diskurses zuordnen: zum einen den Medien(kultur)wissenschaften im weiteren Sinn, zum anderen der empirischen Medienpsychologie und Kommunikationswissenschaft. Beide Forschungsfelder sind bereits in sich heterogen, ein Austausch zwischen den verschiedenen Positionen hat bisher kaum stattgefunden. Mehrere Sammelbände und Tagungen der letzten Jahre zeugen allerdings von einem wachsenden Interesse, die verschiedenen Forschungsansätze inter- bzw. transdisziplinär zu vernetzen.

An sie möchten wir anknüpfen und zugleich eine neue, ergänzende Herangehensweise anbieten. Denn die bisherigen Überblicksdarstellungen sind entweder auf ein einzelnes Medium wie den Film und eine bestimmte Perspektive wie die film- bzw. medienwissenschaftliche beschränkt (z.B. BRÜTSCH et al. 2005), oder sie behandeln gerade einen sehr weiten Medienbereich, zu dem neben Filmen auch Gemälde und Computerspiele gehören, und präsentieren dabei sehr unterschiedliche disziplinäre Sichtweisen (z.B. GRAU/KEIL 2005). Dieses Buch schlägt demgegenüber einen Mittelweg ein: Es konzentriert sich auf die Begegnung zwischen Medienwissenschaft und Medienpsychologie und auf den Bereich der audiovisuellen Medien Film, Fernsehen und Video/DVD. Zum einen besitzen diese Medien entscheidende strukturelle Gemeinsamkeiten; es handelt sich um Bewegtbildmedien, die Bild, Ton und Sprache miteinander verbinden und nur begrenzte Interaktivität besitzen. Zum anderen ist der Bereich des Films traditionell stärker von den Medienwissenschaften untersucht worden, der Bereich des Fernsehens dagegen von Medienpsychologie und Kommunikationswissenschaft, sodass das Untersuchungsfeld ›audiovisuelle Medien‹ sich besonders als Feld der Begegnung, gegenseitigen Anregung und Ergänzung eignet.

Wichtig ist dabei die Feststellung, dass das Thema ›audiovisuelle Medien und Emotionen‹ bereits innerhalb der einzelnen Fächer kontrovers

6 Z. B. AVERILL 1985; LUTZ 1988; WIERZBICKA 1995.

diskutiert wird. In der Filmwissenschaft sind die Diskussionen besonders umfangreich und vielfältig. In Ansätzen wurden sie bereits wissenschaftsgeschichtlich aufbereitet. So unterscheiden Vinzenz Hediger und Margrit Tröhler zwei Grundrichtungen filmwissenschaftlicher Auseinandersetzung mit dem Emotionsthema, eine ›philosophisch-ästhetische‹ und eine ›psychologisch-kognitivistische‹ (2005: 10). Unter der ersten Bezeichnung fassen sie Arbeiten zusammen, die durch die Psychoanalyse, die späte Phänomenologie und die kontinentale, insbesondere französische Philosophie beeinflusst sind. ›Kognitivistische‹ Arbeiten dagegen greifen vorwiegend auf die analytische Philosophie, die kognitive Psychologie und andere Kognitions- oder Naturwissenschaften zurück. Angesichts dieser theoretischen Grundlagen kann man vielleicht klarer von einer ›psychoanalytisch-phänomenologischen‹ gegenüber einer ›kognitiven‹ Richtung sprechen, um die psychoanalytischen Anteile der einen und die philosophischen Anteile der anderen zu berücksichtigen. Ein wesentlicher Unterschied zwischen den beiden Grundrichtungen besteht in ihrer Haltung zu den empirischen Naturwissenschaften.

Von den 1970er- bis zu den 1990er-Jahren dominierten in der Filmwissenschaft zunächst psychoanalytische Positionen, die entweder von allgemeinen Strukturen des Kinos als Dispositiv des Zuschauererlebens ausgingen oder affektbezogene Strukturen von Blick und Begehren, Symbolik und Ideologie im Film untersuchten.⁷ Später trat die phänomenologische Betrachtung körperlicher, einführender und haptischer Erlebnisformen bei der Filmrezeption hinzu (z.B. SOBCHACK 2004). Stark vereinfacht kennzeichnen den psychoanalytisch-phänomenologischen Diskursstrang Konzepte des Zuschauers als körperlich erlebendes Wesen, welches stark durch sein Unbewusstes gelenkt wird. Dabei versuchen seine Vertreter das emotionale Filmerleben in Anlehnung an Freud oder Lacan, Merleau-Ponty oder Deleuze zu erfassen oder es durch materialnahe Umschreibungen zu evozieren und zu typologisieren.

Im Gegensatz dazu betrachten kognitive Filmtheorien den Zuschauer vorwiegend als ein Repräsentationen oder Informationen verarbeitendes System. Emotionale Prozesse beruhen demzufolge auf physischer und mentaler Informationsverarbeitung, lassen sich mithilfe der analytischen Philosophie begrifflich aufklären und unter Rückgriff auf Natur- und Sozialwissenschaften von der Psychologie bis zur Neurobiologie genauer

7 Z.B. MULVEY 1989; BAUDRY 1999; vgl. auch die Einleitung in BRÜTSCH et al. 2005.

modellieren. Schon in den 1980er-Jahren orientierten sich einige Filmwissenschaftler an kognitionswissenschaftlichen Theorien, beschränkten sich jedoch auf die Gefühle der Spannung, Überraschung und Neugierde (z.B. BORDWELL 1985; BRANIGAN 1992). Mit der Weiterentwicklung der Kognitionswissenschaften haben kognitive Emotionstheorien innerhalb der Filmwissenschaft weiter zugenommen und stellen inzwischen wohl den Großteil der einschlägigen Publikationen. Während der letzten Jahre ist eine ganze Reihe umfassender Modelle der emotionalen Filmrezeption vorgestellt worden, die jeweils unterschiedliche Akzente setzen. So konzentriert sich der Philosoph Noël Carroll (1999) auf objektgerichtete Emotionen und den Aspekt der Handlung, während der Filmwissenschaftler Greg Smith (2003) aus neurowissenschaftlicher Sicht die Bedeutung objektloser Stimmungen und die Wirkungen filmischer Darstellungsmittel betont. Torben Grodal (1999, 2001) legt seinen Schwerpunkt auf Genres und Zuschauerpositionen, Murray Smith (1995) auf die Anteilnahme an Figuren. Neben solchen übergreifenden Modellen beschäftigen sich zahlreiche Film- und Medienwissenschaftler mit diversen Einzelproblemen wie Empathie, Spannung etc.⁸ Gerade in der deutschen Filmwissenschaft lassen sich viele Arbeiten allerdings nicht eindeutig der psychoanalytisch-phänomenologischen oder der kognitiven Richtung zuordnen.⁹

Während die Situation in der Filmwissenschaft durch die Konkurrenz dieser unterschiedlichen Positionen gekennzeichnet ist, hat sich innerhalb der Medienpsychologie und der sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft ein ganz anderer Diskurs entwickelt. Zum einen bildet nicht der Film, sondern das Fernsehen seinen zentralen Gegenstand. Zum anderen konzentrieren sich medienpsychologische Arbeiten im Gegensatz zur Filmwissenschaft weniger auf die Inhalte und Strukturen der Medienangebote als auf die emotionalen Reaktionen der Zuschauer. Zwar verwenden sie – wie die kognitive Filmtheorie – psychologische

8 Die emotionalen Wirkungspotenziale audiovisueller Gestaltungsmittel wurden noch verhältnismäßig wenig untersucht (Ausnahmen sind MIKUNDA 1985; CARROLL 1996 sowie für den Bereich der Musik JEFF SMITH 1999; BULLERJAHN 2001; COHEN 2001).

9 In der deutschsprachigen Filmtheorie setzte man sich vor allem mit den Phänomenen der Empathie (BRINCKMANN 1999; WULFF 2002) und der Spannung (VORDERER/WULFF/FRIEDRICHSEN 1996) auseinander; daneben gibt es Arbeiten zur Affektlenkung im TV-Movie (WULFF 2000), zu Gesicht und Wahrnehmung (KOCH 1995), zur historischen Bedingtheit emotionaler Muster (KAPPELHOFF 2004), zum Emotionspotenzial konflikthafter Handlungen (WUSS 2002) sowie zu affektiven Aspekten der Filmrhetorik (KANZOG 2001).

Zuschauermodelle, allerdings weniger, um Wirkungspotenziale von Medienangeboten zu erschließen, sondern eher, um empirisch gemessene Zuschauerreaktionen zu erklären oder zu verallgemeinern. In Verbindung damit setzen Medienpsychologie und Kommunikationswissenschaft andere systematische Forschungsschwerpunkte. Dazu gehört das Phänomen der Unterhaltung¹⁰, welches oft im Zusammenhang mit Stimmungsmanagement untersucht wird.¹¹ Wichtige Themen sind außerdem Rezeptionsmodalitäten bzw. Erlebniszustände während der Medienrezeption¹², parasoziale Interaktionen mit Medienfiguren (KLIMMT/HARTMANN/SCHRAMM 2006) sowie Infotainment und Edutainment, wobei der Einfluss von Emotionen auf Lernprozesse untersucht wird (MANGOLD 2004). Zwei psychologische Theorien gelten als besonders einflussreich: Ed S. Tan (1996) entwickelt auf der Grundlage von Bewertungstheorien ein differenziertes Modell des Spielfilms als ›Emotionsmaschine‹. Dolf Zillmann (2003) schlägt eine Drei-Komponenten-Theorie emotionaler Reaktionen auf Filme vor, bei der Empathie und die Herausbildung emotionaler Dispositionen zu den Figuren im Mittelpunkt stehen. Beide Theorien bilden insofern eine Ausnahme, als sie den Spielfilm behandeln und auch in der Filmwissenschaft weite Verbreitung gefunden haben.

Ein grundlegender Unterschied zwischen Medienkulturwissenschaft und Medienpsychologie besteht in ihren Methoden und ihrem Empirieverständnis. Medienpsychologen gehen vorwiegend induktiv vor: Mithilfe von Befragungen, Experimenten, Video-Aufzeichnungen usw. erheben sie emotionale Zuschauerreaktionen und versuchen daraus Erklärungsmodelle, allgemeine Gesetzmäßigkeiten oder Typologien abzuleiten. Medienwissenschaftler verfahren dagegen eher deduktiv oder interpretierend: Sie konzentrieren sich auf die Analyse der Medienangebotsstrukturen und greifen auf philosophische oder psychologische Zuschauermodelle zurück, um auf reale oder intendierte Zuschaueremotionen zu schließen. Empirie spielt durchaus auch bei ihnen eine Rolle, doch arbeiten sie in der Regel mit anderen Datenquellen und Auswertungsverfahren, wie etwa Medieninhaltsanalysen, Interpretation von Produktions- und Rezeptionsdokumenten in Form von Interviews, historischen Quellen, Fandiskursen usw.

10 Z. B. ZILLMANN/VORDERER 2000; VORDERER 2001; WINTERHOFF-SPURK 1999; FRÜH 2002; SCHWAB 2001.

11 Z. B. ZILLMANN 2000; BRYANT/ROSKOS-EWOLDSON/CANTOR (Hrsg.) 2003.

12 Z. B. SUCKFÜLL 2004; ANDERSON/ANDERSON et al. 2000; ZUCKERMANN 1996.

In ihren Grundzügen stellt sich die gegenwärtige Forschung zu audiovisuellen Medien und Emotionen also in der folgenden Weise dar: Ein empirisch-sozialwissenschaftlicher Diskursstrang hat sich innerhalb von Medienpsychologie und Kommunikationswissenschaft entwickelt. Er konzentriert sich auf die Untersuchung der emotionalen Reaktionen gegenwärtiger Zuschauer, vor allem im Bereich des Fernsehens. Im Gegensatz dazu setzen die Medienkulturwissenschaften ihren Schwerpunkt auf die interpretierende oder deduktive Ermittlung der emotionalen Potenziale und Darstellungsformen historischer wie gegenwärtiger Medienangebote, vor allem des Films. Dabei stehen sich ein psychoanalytisch-phänomenologischer und ein kognitionswissenschaftlicher Diskursstrang gegenüber.¹³ Zwischen den drei Diskursfeldern besteht bisher kaum ein Austausch, die folgende Tabelle macht aber in nochmals pointierter Weise deutlich, inwiefern sie sich ergänzen und bereichern könnten:

Disziplinäre Felder	Schwerpunkte	Diskursstränge	Basistheorien der Emotionalität
Medien[kultur]-wissenschaften	Medienangebote Film Geschichte	Psychoanalytisch-phänomenologisch	Psychoanalyse, späte Phänomenologie, frz. Philosophie
		Kognitiv	kognitive Psychologie, analyt. Philosophie, Neurowissenschaften, Evolutionstheorie
Medienpsychologie / Kommunikationswissenschaft	Zuschauer Fernsehen Gegenwart	Sozialwissenschaftlich-empirisch	psycho-physiologische und kognitive Emotionstheorien

Die Chancen eines Austauschs sind also vielfältig. Medienwissenschaftliche und medienpsychologische Ansätze könnten sich inhaltlich ergänzen: Die einen modellieren Medienstrukturen, die anderen Zuschauerreaktionen; die einen stützen sich auf die Analyse von Medientexten, die anderen auf empirische Messungen; die einen haben vorwiegend den Film im Blick, die anderen das Fernsehen; die einen beziehen die Mediengeschichte mit ein, während die anderen sich auf die Gegenwart beschränken. Da sich die sozialwissenschaftlichen Ansätze der Medienpsychologie weitgehend auf

13 Innerhalb des ersteren kann weiter zwischen psychoanalytischen und spätphänomenologischen Positionen, innerhalb des letzteren zwischen psychologischen und analytisch-philosophischen Positionen unterschieden werden.

dieselben Basistheorien der Emotionsforschung beziehen wie die kognitive Filmtheorie, liegt hier eine Zusammenarbeit besonders nahe, bleibt aber nicht die einzige Möglichkeit. So könnte etwa der Vergleich des kognitiven Diskurses mit dem psychoanalytisch-phänomenologischen Diskurs die innerhalb der Medienwissenschaft konkurrierenden Positionen expliziter auf die Probe stellen und ihre Übereinstimmungen, Differenzen, Lücken und Problempunkte zu Tage fördern (vgl. etwa HEDIGER 2002).

Der vorliegende Band soll den interdisziplinären Dialog vor allem dadurch weiter anregen, dass er eine Brücke zwischen kulturwissenschaftlicher und sozialwissenschaftlicher Forschung schlägt. Ein wesentliches Bindeglied besteht in der kognitionswissenschaftlichen, biokulturellen Perspektive auf Emotionen, die von vielen Beiträgen dieses Bandes geteilt wird. Andere Beiträge lassen aufschlussreiche Parallelen zu ihr erkennen oder weisen auf bedenkenswerte Ergänzungen hin, indem sie den Blick auf soziale Zusammenhänge weiten, historische Sichtweisen eröffnen oder eine philosophische Perspektive einnehmen. Der Band gliedert sich in vier Teile, die in etwa einer Anordnung vom Allgemeinen zum Besonderen folgen. Der erste Teil stellt biologische Grundlagen audiovisueller Emotionen vor und zeigt, inwiefern diese auf allgemeinen, evolutionär entwickelten Dispositionen der Zuschauer aufbauen. Zugleich sind audiovisuelle Emotionen jedoch durch ihre soziokulturellen Kontexte geprägt und haben bestimmte Einflüsse innerhalb einer Gesellschaft; beides wird im zweiten Teil des Buches untersucht. Die allgemeine Betrachtung des Zusammenhangs audiovisueller Emotionen mit Biologie und Kultur fordert dazu auf, mehr ins Detail zu gehen und zu fragen, wie man die individuellen Prozesse emotionaler Medienrezeption aus psychologischer Sicht modellieren kann (Teil III). Der vierte und längste Teil wendet sich schließlich den Strukturen der Medienangebote zu und beschäftigt sich anhand vielfältiger Beispiele mit deren emotionalen Strategien und Wirkungspotenzialen. Im Folgenden werden die Beiträge im Zusammenhang kurz vorgestellt.

2. Inhaltlicher und konzeptueller Überblick

Teil I – Biologische Grundlagen audiovisueller Emotionen

Der erste Teil untersucht die Rolle evolvierter Mechanismen bei der Darstellung und Vermittlung von Emotionen. Die Beiträge von Murray Smith, Cle-

mens Schwender und Frank Schwab sowie von Torben Grodal fragen nach den biologischen Grundlagen der Rezeption von fiktionalen Emotionsdarstellungen, ihrem adaptiven Nutzen und ihren sozialen Funktionen.

MURRAY SMITH vertritt die These, dass kulturelles Emotionswissen auf evolvierten Mechanismen aufbaut und mithilfe solcher Mechanismen erlernt wird. Smith analysiert eine Szene aus Edgar Reitz' Filmserie *Heimat 3* (D 2004), in der sich herausstellt, dass die Mutter der Protagonistin aus dem Altersheim geflohen ist. Er wirft an diesem Beispiel die Frage auf, wie ein Außenstehender, dem die normativen Diskurse einer bestimmten Kultur in Bezug auf Altersheime nicht vertraut sind, die Bedeutung der Szene dennoch nachvollziehen kann. Smith beantwortet diese Frage mit Verweis auf den Emotionsausdruck der Protagonistin. Er nimmt an, dass Emotionen und ihr Ausdruck die Funktion semantischer Grundeinheiten (*semantic primitives*) erfüllen. Diese semantischen Grundeinheiten, die Menschen von Natur aus zur Verfügung stehen, bilden die Grundlage für das Erschließen komplexer sozialer Bedeutungen und das allmähliche Hineinwachsen von Menschen in eine Kultur. Smith plädiert daher für eine biokulturelle Perspektive auf audiovisuelle Emotionen, die berücksichtigt, dass das Erlernen sozialer Normen evolvierte Lernmechanismen voraussetzt, welche soziales Lernen erst ermöglichen.

Die Beiträge von TORBEN GRODAL sowie von CLEMENS SCHWENDER und FRANK SCHWAB beschäftigen sich mit der Frage, inwiefern das Interesse von Menschen an medialen und insbesondere fiktionalen Emotionsdarstellungen einen evolutionären Nutzen hat. »Was könnte der Nutzen all der befreundlichen, verschwenderischen, meist kunstvollen Verhaltensweisen des Menschen fernab von den biologisch wichtigen Dingen wie Paarung, Aufzucht der Nachkommen, Fressen und Nicht-Gefressenwerden sein?« fragen Schwender und Schwab und schlagen verschiedene Antworten vor. Im Mittelpunkt steht der Gedanke, dass die Anteilnahme an medialen Emotionsgeschichten den Charakter eines mentalen »Probehandelns« hat. Andere in emotional relevanten Situationen zu beobachten, ist für das Überleben von Menschen von Vorteil, weil sie dadurch ihr Wissens- und Verhaltensrepertoire im Umgang mit solchen Situationen erweitern können. Schwender und Schwab argumentieren, dass Fähigkeiten wie mentale Simulation, Perspektivenübernahme und Empathie in der angeborenen Struktur des menschlichen Nervensystems angelegt sind. Mentale Simulation bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass die Zuschaueremotionen mit den Figurenemotionen identisch sind. Men-

tales Probehandeln im Kontext fiktionaler Unterhaltung wird vielmehr als spielerisches Probehandeln aufgefasst, das wie andere spielerische Aktivitäten vor allem mit positiven Emotionen einhergeht.

Der Gedanke der mentalen Simulation wird auch von TORBEN GRODAL aufgegriffen. Im Unterschied zu Schwender und Schwab hebt Grodal die adaptive Bedeutung negativer Emotionen hervor. Negative Emotionen fördern die Fokussierung von Aufmerksamkeit auf potenzielle Gefahren für das menschliche Wohlergehen. Trauer kann beispielsweise als eine Emotion gesehen werden, die den Verlust sozialer Bindungen, bzw. die Gefahr eines solchen Verlusts ins Bewusstsein rückt und dadurch ein Vermeiden von Bindungsverlusten motiviert. Tragische Unterhaltung hat nach Grodal die Funktion eines Bindungsrituals, das den Gruppenzusammenhalt stärkt. Die mentale Simulation von Emotionen hat also nicht nur spielerische Funktionen, sie kann auch dazu dienen, evolvierte Mechanismen für die Vermeidung von Gefahren wach zu halten. Dies kann zum einen auf Perspektivenübernahme beruhen – z.B. durch Mitgefühl für Figuren, die Bindungsverluste erleiden. Zum anderen können Trauer-Situationen aus der Perspektive des Zuschauers simuliert werden – etwa durch den Tod eines Protagonisten, zu dem der Zuschauer eine parasoziale Beziehung aufgebaut hat.

Wie die Beiträge des ersten Teils verdeutlichen, gestaltet sich das Verhältnis von Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien bereits auf einer biologischen Betrachtungsebene relativ komplex. Die Darstellung angeborener Auslöser und Ausdrucksformen für Emotionen erregt die Aufmerksamkeit des Zuschauers und stimuliert eine universelle Tendenz, für andere mitzudenken, mitzufühlen und fiktive Szenarien in der Fantasie durchzuspielen. Diese Tendenz zur mentalen Simulation kann verschiedene adaptive Funktionen erfüllen – vom spielerischen Austesten und Erweitern evolvierter Mechanismen im Umgang mit emotionalen Situationen über Bindungsrituale, die den sozialen Zusammenhalt von Gruppen stärken, bis hin zur Aneignung komplexer kultureller Bedeutungen, die auf einfachen Emotionen aufbauen und diese sozial überformen. Die Zuschaueremotionen müssen dabei keineswegs mit den dargestellten Emotionen identisch sein. Der spielerische Aspekt mentaler Simulationen, der Aufbau parasozialer Beziehungen und der unterschiedliche kulturelle Hintergrund von Produzenten und Rezipienten können Emotionen hervorbringen, die von den dargestellten Gefühlen abweichen. Entgegen einem verbreiteten

Missverständnis stellt die evolutionsbiologische Perspektive, welche die Autoren des ersten Teils vertreten, den sozialen Charakter von Emotionen und ihre kulturelle Prägung keineswegs in Frage. Es wird vielmehr die Tatsache betont, dass bestimmte soziale Funktionen von Emotionen wie Perspektivenübernahme, Bindung und soziales Lernen in der angeborenen Struktur des menschlichen Nervensystems verankert sind.

Teil II – Kultur und Geschichte audiovisueller Emotionen

Die Beiträge des zweiten Teils betrachten die soziale Funktion von Emotionen aus einem anderen Blickwinkel, der die kulturelle Bedingtheit audiovisueller Emotionen durch historische und ökonomische Prozesse ins Zentrum des Interesses stellt. Im Unterschied zum ersten Teil heben sie kulturbedingte Unterschiede audiovisueller Emotionen und die Veränderlichkeit ihrer sozialen Funktionen hervor.

KNUT HICKETHIER vertritt die These, dass mit der Herausbildung der bürgerlichen Gesellschaft und der Industrialisierung im 18. und 19. Jahrhundert eine sprunghafte Entwicklung emotionaler Erlebnisangebote durch audiovisuelle und andere Medien stattgefunden hat. Die qualitativ wie auch quantitativ gesteigerte Produktion von Emotionsdarstellungen durch das bürgerliche Theater, das Kino und später das Fernsehen hat dazu beigetragen, die Emotionen immer größerer Bevölkerungsschichten an den Medienkonsum zu binden und zu disziplinieren, um sie aus der Arbeitswelt und dem öffentlichen Leben fernzuhalten. Die disziplinierende Funktion medialer Emotionsdarstellungen beruht nach Hickethier auf ihrer Fähigkeit, Emotionen zu intensivieren, zu verdichten, in kulturelle Zeichen zu übersetzen und das Emotionserleben der Zuschauer zeitlich zu befristen. Während sich das Theater bei der Erzeugung von Zuschaueremotionen noch weitgehend auf die Darstellung von Emotionen durch die Körpersprache des Schauspielers verließ, wurden die dargestellten Emotionen durch das Kino vom Körper getrennt und dadurch zu einem reproduzierbaren und editierbaren audiovisuellen Material, das auf vielfältige Weise weiterverarbeitet werden konnte und zu einer emotionalen Stimulationstechnik unter vielen wurde.

Der Beitrag von REINHOLD VIEHOFF führt einen Gedanken aus, der den Beitrag von Hickethier in einem wichtigen Punkt ergänzt: Medien binden nicht nur die Emotionen der Zuschauer an sich, sie führen auch

zu einer ›Ritualisierung‹ von Emotionen – sie geben den Emotionen des Zuschauers eine feste Struktur, die Emotionen erwartbar, planbar und in Bezug auf ihr Gratifikationspotenzial vorhersehbar macht. Dies gilt nach Viehoff nicht nur für Emotionen, die während der Medienrezeption erlebt werden, sondern auch für Emotionen im Alltag, die nach dem Vorbild medialer Emotionsskripts überformt werden. Das Strukturbedürfnis von Menschen, welches insbesondere in Situationen des Übergangs (z.B. Familiengründung, Tod von Angehörigen) zum Ausdruck kommt, mag erklären, warum sich Medienrezipienten freiwillig auf eine Disziplinierung ihrer Gefühle einlassen. Die zunehmende Auflösung tradierter Sozialstrukturen in der postmodernen Gesellschaft stellt den Zustand des Übergangs auf Dauer – was Rituale keineswegs überflüssig macht, sondern im Gegenteil ein gesteigertes Bedürfnis nach ihnen hervorbringt.

FRANK BÖSCH setzt sich mit der Disziplinierungs- und Ritualisierungsthese kritisch auseinander. Das Kino ist Bösch zufolge nicht allein ein Ort, an dem die Emotionen der Zuschauer einem gesellschaftlichen Leitbild gemäß diszipliniert werden, sondern auch ein Ort, an dem dieses emotionale Leitbild öffentlich ausgehandelt wird. Bösch analysiert historische Quellen zu Publikums- und Pressereaktionen auf Kriegsfilme während der Zeit der Weimarer Republik. Er kommt zu dem Ergebnis, dass die Performanz von Emotionen im Kinosaal und die Berichte über solche Gefühlsbekundungen in der Presse sehr unterschiedlich und durch die konträren Standpunkte des liberalen und konservativen Lagers zum Ersten Weltkrieg geprägt waren. Der Diskurs darüber, welche Emotionen in der Darstellung von Soldaten und in der Reaktion des Publikums angemessen seien, diente dem Aushandeln von Normvorstellungen in Bezug auf soldatische Emotionen, die als Leitbild für männliche Emotionalität im Allgemeinen fungierten. Bösch plädiert dafür, diesem Aspekt der Ausdifferenzierung emotionaler Leitbilder durch das Kino stärkere Aufmerksamkeit zu widmen.

PATRICK VONDERAU problematisiert einen weiteren Aspekt der Disziplinierungs- und Ritualisierungsthese. Er wirft die Frage auf, wie zuverlässig Filme die emotionalen Gratifikationserwartungen der Zuschauer tatsächlich einlösen. Aus einer psycho-ökonomischen Perspektive hinterfragt er die Metapher vom Film als reibungslos funktionierender ›Emotionsmaschine‹ (TAN 1996) und kommt zu dem Ergebnis, dass Filme den Charakter von Erfahrungsgütern haben, deren Produktion und Konsum durch ein hohes Maß an ökonomischer Unsicherheit gekennzeichnet ist. Weder die Produzenten noch die Rezipienten von Filmen haben letztlich die Sicherheit,

dass sich ihre ökonomischen Beziehungen in der erhofften Weise auszahlen. Der Mythos von der ›Emotionsmaschine‹ Film ist ökonomisch gesehen funktional, um das Vertrauen der Filmproduzenten und -rezipienten in ihre Geschäftsbeziehungen aufrechtzuerhalten. Dennoch sollten sich Filmwissenschaftler und Filmpsychologen nach Vonderau davor hüten, diesen Mythos in ihren Theorien allzu bereitwillig zu reproduzieren.

Obwohl sie die Verbindlichkeit der sozialen Disziplinierung von Emotionen durch audiovisuelle Medien unterschiedlich beurteilen, sind sich die Autoren des zweiten Teils in einem Punkt einig: Sie alle gehen von der Annahme aus, dass mediale Emotionsdarstellungen wesentlichen Einfluss auf andere soziale Bereiche wie Arbeitsalltag, Öffentlichkeit, Ökonomie und Politik nehmen und dort bestimmte Funktionen erfüllen. Mediale Emotionsdarstellungen binden die Emotionen der Zuschauer an sich und halten sie aus anderen Bereichen fern, in denen Gefühlsausbrüche unerwünscht sind. Sie geben den Emotionen des Zuschauers eine verlässliche, mit bestimmten Gratifikationserwartungen verbundene Struktur. Gleichzeitig dienen sie aber auch dazu, die emotionalen Normen und Leitbilder einer Gesellschaft auszuhandeln und auszudifferenzieren. Audiovisuelle Emotionen sind nicht zuletzt Gegenstand eines ökonomischen Austauschs, der trotz der Unzuverlässigkeit des Handels mit Erfahrungsgütern floriert.

Das Verhältnis von Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung wird auch hier als ein komplexes beschrieben. Hickethier weist darauf hin, dass die Emotionsdarstellung in den modernen AV-Medien dem Ziel der emotionalen Stimulierung des Zuschauers untergeordnet ist. Vonderau erinnert daran, dass Filme trotz professioneller Darstellungs- und Stimulationstechniken keine so zuverlässigen Emotionsmaschinen sind, wie es sich Produzenten und Rezipienten wünschen. Bösch verweist darauf, dass die Emotionen der Zuschauer die dargestellten Emotionen nicht einfach reproduzieren, sondern vielmehr vor dem Hintergrund moralischer Emotionsdiskurse kommentieren – was sich neben demonstrativem Mitgefühl auch als demonstrative Verachtung, Empörung, u.Ä. äußern kann.

Teil III – Rezeptionspsychologie audiovisueller Emotionen

Während die ersten beiden Teile langfristige evolutions- und kulturgeschichtliche Zusammenhänge beschreiben, welche die Struktur und Funk-

Visuelle Kommunikation



THOMAS PETERSEN /
CLEMENS SCHWENDER (Hrsg.)

Die Entschlüsselung der Bilder Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Ein Handbuch

2011, 504 S., 61 Abb., 35 Tab.,
Hardcover (Klebung), 240 x 170 mm, dt.
EUR(D) 36,00 / EUR(A) 36,90 / sFr. 59,30
ISBN 978-3-86962-043-5

Bilder sind seit jeher ein wesentlicher Bestandteil der Massenkommunikation. Traditionell wird ihnen eine starke Wirkung auf die Meinungsbildung zugeschrieben. Das klassische Instrumentarium der Kommunikationswissenschaft ist aber nach wie vor vorwiegend am geschriebenen, allenfalls noch am gesprochenen Wort orientiert. Das gilt vor allem für die empirischen Methoden. Dabei ist in den letzten Jahren eine Vielzahl von spezifischen Methoden zur Analyse der Inhalte, der Rezeption und der Wirkung visueller Kommunikation entwickelt worden. In diesem Band werden die wichtigsten Verfahren zur Erforschung visueller Kommunikation zusammengetragen und in einer verständlichen Sprache Studenten und solchen Forschern zugänglich gemacht, die keine Experten des jeweiligen Spezialgebietes sind.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Visuelle Kommunikation



DIMITRI LIEBSCH / NICOLA MÖSSNER
(Hrsg.)

Visualisierung und Erkenntnis. Bildverstehen und Bildverwenden in Natur- und Geisteswissenschaften

2012, 350 S., 54 Abb., 6 Tab., Broschur, dt.
EUR(D) 32,00 / EUR(A) 32,75 / sFr. 53,40
ISBN 978-3-86962-053-4

Bilder, Grafiken, Fotografien, Zeichnungen – tagtäglich sind wir von einer Vielzahl visueller Informationsträger umgeben. Besonders die neuen Medien haben uns ein Tor zu einer beinahe unüberschaubaren Reichhaltigkeit der Bilderzeugung und -verbreitung geöffnet. Auch in der Wissenschaft spielen Visualisierungen eine immer wichtigere Rolle. Sie sind zum einen Gegenstand der Forschung und zum anderen unverzichtbares Hilfsmittel bei der Präsentation von Forschungsergebnissen. Daraus folgt eine Reihe von unterschiedlichen Verwendungszwecken und Funktionen von Visualisierungen, die den Wissenschaftlern verschiedene Kompetenzen abverlangen. Sie müssen Visualisierungen nicht nur korrekt auswerten und interpretieren können, sondern auch die Fähigkeit besitzen, diese zielgruppenorientiert und ihrer Forschung angemessen zu kommunizieren.

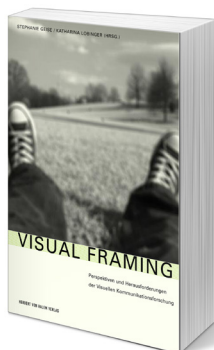
Ziel des vorliegenden Sammelbandes *Visualisierung und Erkenntnis* ist es, dazu beizutragen, die Forschung mit und an Visualisierungen in den Einzelwissenschaften auf eine reflektierte Basis zu stellen. Zu diesem Zweck werden nicht nur die wissenschafts- und erkenntnistheoretischen Grundlagen und Herausforderungen, die die Verwendung von Visualisierungen mit sich bringt, beleuchtet, sondern auch die Rolle der Visualisierungen im konkreten Anwendungsfall betrachtet.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

Visuelle Kommunikation



STEPHANIE GEISE / KATHARINA LOBINGER
(Hrsg.)

Visual Framing. Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen Kommunikationsforschung

2013, 368 S., 45 Abb., 10 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 32,00 / EUR(A) 32,75 / sFr. 53,40

ISBN 978-3-86962-088-6

Visual Framing hat sich in den letzten Jahren zu einem lebhaften Forschungsfeld der Visuellen Kommunikationsforschung entwickelt. Die vorliegende Publikation präsentiert einen aktuellen Überblick über gegenwärtige Forschungsströmungen aus theoretischer und empirischer Perspektive. Neben Fragen der Produktion, Selektion und Konstruktion visueller Medienframes widmen sich die Beiträge den Wirkungspotenzialen von Visual Framing. Konzepte und methodische Ansätze zur Analyse von Visual Frames und Visual Framing werden diskutiert. Die Publikation setzt dazu einen theoretischen Rahmen und reflektiert die zusammengetragenen Befunde aus einer interdisziplinären, originären Perspektive der Visuellen Kommunikationsforschung – nicht zuletzt um auszuloten, welche theoretischen, methodischen und empirischen Herausforderungen hier für die Visuelle Kommunikationsforschung bestehen.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

