

Claudia Töpfer, Margreth Lünenborg

VERKÖRPERTE AFFEKTE:

Zur Analyse affektiver Dynamiken von Zugehörigkeit und Exklusion im Reality TV

Abstract (deutsch)

Der Beitrag zeigt anhand einer populärkulturellen Fernsehsendung wie Germany's Next Topmodel, wie affekttheoretische Konzepte für die Analyse audiovisueller Medienprodukte nutzbar gemacht werden können. Dabei nehmen wir in den Blick, wie Affekte als relational zwischen unterschiedlichen Körpern zu begreifen sind. Zugleich interessieren wir uns für die affektiv basierten Prozesse der Herstellung von Zugehörigkeiten – sichtbar als Relationen und Interaktionen zwischen Körpern. Ausgehend von der Annahme, dass medial inszenierte Körper auch in Bezug auf Fragen der Zugehörigkeit eine Rolle spielen, eröffnet hier die affect theory den Fokus auf die Analyse der Beschaffenheit und der Verbundenheit von Körpern. In den Blick rücken damit im ersten Schritt die Verbindungen (oder Distinktionen) zwischen im Medientext sichtbar werdenden Körpern. Zugleich jedoch verweisen diese Körper und ihre Verbindungen auf außermediale Gemeinschaften, die qua Geschlecht, sozialer oder kultureller Herkunft konstituiert werden. So lässt sich das Herstellen eines Gefühls der Zugehörigkeit als ein relational-prozessorientiertes Geschehen begreifen, in dem Affekte eine zentrale Rolle spielen, da es sich nicht vorrangig und ausschließlich als ein kognitives Konzept erfassen lassen dürfte. Das 'Gefühl' dazuzugehören oder ausgeschlossen zu sein, basiert nicht primär auf argumentativ-diskursiven Zuschreibungen, sondern wird unmittelbar körperlich wirksam und ausdrucksstark. Ausgehend von diesen affekttheoretischen Annahmen stellen wir daher analytische Dimensionen vor, anhand derer sich sinnlich-körperliche Adressierungen des Publikums erfassen lassen, die auf die Herstellung von Zugehörigkeit(en) zu außermedialen/formatexternen Gemeinschaften abzielen bzw. diese ausschließen.

Abstract (englisch)

Relying on affect theories, this article focuses on an approach to analyze affect as bodily phenomenon between reality TV formats and the audience. Our considerations will be exemplified by the case of a popular German television format (Germany's Next Topmodel). On the basis of selected sequences we will show, how affect can be understood as relational between different bodies and how the audio-visual staging of non-human bodies and the bodies of contestants in the talent show can affect the audience and thereby display and produce forms of belonging. We will conclude with reflections about the relevance of affect for modes of belonging, that are not only and not even primarily rationally based, but have situational and affective dimensions that are driven and exposed

by and within Reality TV formats.

Maria Schreiber; Gerit Götzenbrucker: Körperbilder - Plattformbilder? Bildpraktiken und visuelle Kommunikation auf Social Media. In: Elke Grittmann; Katharina Lobinger; Irene Neverla; Monika Pater (Hrsg.): Körperbilder - Körperpraktiken. Visualisierung und Vergeschlechtlichung von Körpern in Medienkulturen. Köln [Herbert von Halem Verlag] 2018, S. 102-146

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22
51063 Köln

Fon: +49 (0) 221 9258 29-0
Fax: +49 (0) 221 9258 29-29

info@halem-verlag.de

<https://www.halem-verlag.de>