

Zeitschriftenlesen und Affekt

Sabina Fazli

1. Der ›affective turn‹ und Affect Studies

Im Titel ihres 2007 erschienenen Sammelbands proklamieren Patricia Clough and Jean Halley einen ›affective turn‹, der sich in den Literatur-, Kultur- und Sozialwissenschaften genauso ausgebreitet hat, wie in der Kulturgeografie, Ethnologie und Architektur. In der Einleitung definiert Clough diesen ›turn‹ als transdisziplinäres Projekt und »express[ion] [of] a new configuration of bodies, technology, and matter, instigating a shift in thought and critical theory« (2007: 2). Affekt ist also, im Sinne einer »Wende« (Bachmann-Medick 2006: 381-383), vom Gegenstand der Analyse, häufig unter dem Begriff Emotion, zu einem theoretischen Instrument geworden. Diese Wende baut auf einer historischen Entwicklung auf: Das Interesse an der Erforschung von Emotionen intensivierte sich in den 1960er und 1970er Jahren in einem Klima, das mit den Umbrüchen eingeleitet von Protestbewegungen und dem Interesse an Subkulturen ein neues soziales und kulturelles Ethos hervorbringt (siehe McCarthy 2017: 3-4). Nicht zuletzt wird das Private politisch und öffnet damit den Blick für die soziale Relevanz subjektiver Gefühle in einem vermeintlich von gesellschaftlichen Fragen abgetrennten Raum. Seit den 1990er Jahren etabliert sich neben der kultur- und sozialwissenschaftlichen Forschung zu Emotionen zusätzlich der Begriff Affekt, der entweder synonym zu Emotion und Gefühl gebraucht wird, oder, wie in der neu formierten Affect Theory, auf eine eigene Größe verweist, die Forschung zu Gefühlen ontologisch neu ausrichtet. Affekt wird so nicht mehr synonym mit Emotionen verstanden, die ab- und eingrenzbar Zustände bezeichnen, welche darstellbar und versprachlicht kommuniziert werden können. In Melissa Gregg and Gregory J. Seigworths Vorwort zum *Affect Theory Reader* (2010) erscheinen stattdessen schillernde Umschreibungen, wie

Affect is in many ways synonymous with *force* or *forces of encounter*. The term »force« however, can be a bit of a misnomer since affect need not be especially forceful (although sometimes, as in the psychoanalytic study of trauma, it is). In fact, it is quite likely that affect more often transpires within and across the subtlest of shuttling intensities: all the minuscule or molecular events of the unnoticed. The ordinary and

its extra-. Affect is born in in-between-ness and resides as accumulative beside-ness. (2010: 2; Hervorh. i. Orig.)

Diese Trennung von Affekt und Emotion (für einen Überblick über die begriffliche Verwendung, vgl. Shouse 2005) findet sich in zwei 1995 publizierten affekttheoretischen Arbeiten: Brian Massumi »The Autonomy of Affect« und Eve Kosofsky Sedgwick und Adam Franks »Shame in the Cybernetic Fold«. Affekt ist hier nicht synonym mit Gefühl, sondern (i) in einer an Gilles Deleuze anschließenden Interpretation als vor- und überindividuelle ›Intensität‹ verstanden und durch nicht bewusste oder steuerbare Übertragbarkeit gekennzeichnet. Affekt konturiert nicht das Individuum als begrenzten Schauplatz emotionalen Selfings, sondern verweist relational auf die ständige Modulation zwischen Körpern, unter- oder außerhalb der bewussten Kontrolle. Affekt wird als unstrukturierete und damit auch undisziplinierte körperliche ›Intensität‹ in Stellung gebracht (so bei Massumi). Anschließend an den Psychologen Silvan Tomkins haben (ii) Affect Studies-inspirierte Arbeiten Affekt als grundlegenden Bestandteil einer finiten und universellen Anzahl von Emotionen konzeptualisiert und damit auf der Ebene des Individuums wirkmächtig in der Hervorbringung von Gefühlen, denen er als Verstärker und Modulator dient (so bei Sedgwick).

Um diesen Wendepunkt formieren sich die Affect Studies mit einem eigenen Bezugsrahmen aus Theorien und heterogenen Repertoires an Begriffen und Gegenständen, die hier kurz vorgestellt werden sollen, deren disziplinäre Modifizierungen durch Fachkulturen zum Teil aber äußerst unterschiedlich ausfallen, da sie ihr Affektverständnis von verschiedenen Ausgangspunkten ableiten. Innerhalb der Affect Studies dominieren zurzeit diese beiden theoretischen Perspektiven, die durch ihre Prämissen anschlussfähig sind an Strömungen des Posthumanismus und ›new materialism‹. Beiden ist außerdem gemeinsam, dass sie mit ihren Affektbegriffen auf Disziplinen außerhalb der Geistes- und Kulturwissenschaften aufbauen und eine Öffnung der Kulturwissenschaften für naturwissenschaftliche und biologische, speziell neurowissenschaftliche Erkenntnisse erreichen bzw. dem Antibiologismus poststrukturalistischer Theoriebildung entgegenwirken wollen (explizit thematisiert in Sedgwick 2003: 108-111). Dabei synthetisieren die Affect Studies philosophische und neuro- bzw. kognitionspsychologische Begriffe und Theorien. Ihre Stoßrichtung lässt sich am ehesten so zusammenfassen: Forschung zu und entlang von Affekt sieht sich als Gegenentwurf und Korrektiv zum logozentristischen Verständnis von Kultur als linear interpretierbarem ›Text‹. Körper und ihre physiologischen, affektiven Vorgänge und Zustände rücken stattdessen in den Mittelpunkt, was somatische und materielle Phänomene und Effekte gegenüber symbolischen und sprachlichen aufwertet. Sie werden in den Affect Studies als nicht zuvorderst rational dekodierbar gedacht (z.B. Massumi 1995: 88; siehe Hemmings 2005: 554). Stattdessen loten die neuen Affect Studies flüchtige ›affektive‹ Zustände aus sowie ihre Entfaltung, Transmission und Zirkulation als eigenständig wirkmächtige Elemente, die sich Kognition und Sprache entziehen. Ober- und Kontaktflächen nehmen dabei eine besonders hervorgehobene Position ein, da sich hier menschliche und nicht-menschliche Körper gegenseitig ›affizieren‹ und auf mikrologischer Ebene verwandeln und anverwandeln. Die neuen ›affect theorists‹ setzen so Affekt als zentrale aber bislang vernachlässigte Größe sozialer Figurationen.

An der Inklusion naturwissenschaftlicher Ansätze setzt die erste Kritik an den Affect Studies an. So hat Ruth Leys in ihrem Beitrag (2011) darauf hingewiesen, dass Massumis Relektüren neuro- und medienpsychologischer Experimente von seinem philosophisch vorgefassten Verständnis von Affekt geleitet sind, das die zugrundeliegenden Versuche nicht adäquat einordnet (450). Leys hinterfragt außerdem die prominente Forderung affekttheoretischer Arbeiten, Dichotomien, wie zwischen Subjekt und Objekt, auflösen zu wollen, da sie gleichzeitig durch die Fokussierung auf Affekt als somatischer ›autonomer‹ nicht-individueller Funktion an ihre Stelle den Dualismus von Körper und Bewusstsein setzen (458). Weitere Kritik wurde aus Disziplinen geäußert, die selbst Beiträge zum Affective Turn im weiteren Sinne geleistet haben, die in der Rede von den neuen Affect Studies aber nicht unbedingt mitgedacht werden. Die neuen Affect Studies im engeren Sinn sind flankiert von Forschungen zu Emotionen als Emotionskulturen oder ›public feelings‹ (vgl. Cvetkovich 2012), deren theoretische Aufstellung mit den neuen Affect Studies nicht kompatibel ist. Nichtsdestotrotz vervollständigen sie das Bild eines breiteren Affective Turn.

Die Emotionsgeschichte und Emotionssoziologie haben Arbeiten hervorgebracht, die parallel oder vorgängig zu den neuen Affect Studies entstanden sind (›new affect theorists‹, siehe Leys 2011: 443). Exemplarisch seien hier Peter N. Stearns *American Cool* (1994) und Frank Furedis *Therapy Culture* (2004) genannt, die jeweils Emotionsdiskurse, -stile und -kulturen zum Gegenstand haben und damit die soziale und kulturelle Herstellung von Gefühlen untersuchen, und zwar ein bestimmtes Paradigma in seiner historischen Entwicklung seit dem 19. Jahrhundert (Stearns) und die begrifflichen Bewegungen im zeitgenössischen Diskurs zu Emotionen als therapeutischem Problem (Furedi). Arlie Hochschilds Monografie zu ›emotional labor‹ und ›feeling rules‹ (2005 [1983]: 6-9, 57-63) geht ebenso von der kulturellen und sozialen Bedingtheit der Performanz von Gefühlen aus, die durch die Erfordernisse der Service-Industrie diktiert und von den Angestellten als Arbeit verrichtet werden. Emotionen sind in diesen Perspektiven diskursiv geformt und kulturell spezifisch arrangiert. Aus diesem konstruktivistischen Blickwinkel erscheinen die neuen Affect Studies mit ihren direkten oder indirekten Anleihen bei neuro- und kognitionswissenschaftlichen Arbeiten suspekt, da ihrem Affektverständnis eine universalistische Konstante zugrunde zu liegen scheint (siehe Nagy 2018: 195) oder Affekt als allem Kulturellen entzogen keinen Ansatzpunkt für politische Intervention bietet (siehe Tyler 2008: 88).

Eine feministisch-inspirierte Variante der Affect Studies kann zwischen kulturwissenschaftlich-konstruktivistischer Emotionology, Feeling Rules oder Emotional Cultures und den neuen Affect Studies verortet werden. Sara Ahmed und Lauren Berlant nehmen eine solche Zwischenstellung ein. Exemplarisch sollen einige ihrer Monografien vorgestellt werden, die sich im Sinne der Cultural Studies der Verortung sozialer Außenseiterpositionen in affektiven Politiken widmen. In *The Promise of Happiness* (2010) analysiert Sara Ahmed Glück nicht als subjektiv erlebte Emotion, sondern als bestimmten Objekten anhaftend, die wiederum ›verlangen‹, dass Individuen ihre Aufmerksamkeit und Energie auf sie ausrichten (44-45). Das vermeintlich positive Gefühl erweist sich in Ahmeds Analyse zugunsten sozialer Hierarchien und normativer Vorstellungen als affektive Gerichtetheit in Körper eingeschrieben. Auch wenn Ahmed die von Massumi vorgeschlagene Trennung der Begriffe Affekt und Gefühl ablehnt (siehe

Ahmed/Schmitz 2014: 98; Ahmed 2014 [2004]: 6), assoziiert ihr Modell die Orientierung und Gerichtetheit von Fühlen, Denken und Handeln mit Affekt, während Emotionen wie Glück diese Richtungen vorgeben, anordnen und ›anziehen‹. Emotionen selbst ›leben‹ an Objekten, zirkulieren mit ihnen und gewinnen dadurch ihre Wertigkeit. Ahmed entwirft eine mobile affektive Choreografie aus Körpern und Emotionen, die sich in einem ideologischen Spannungsfeld zu- und gegeneinander ausrichten. Aus dieser Konstellation ergeben sich Widerstände und Ausschlüsse, die Ahmed als ›affect aliens‹ bezeichnet und exemplarisch an drei Figuren festmacht: Feminist:innen, Migrant:innen und Queers, deren Fühlen der »public mood« entgegenläuft (157). Lauren Berlants Konzept des »cruel optimism« verfährt in ähnlicher Weise mit einem positiven Affekt: Optimismus, so Berlant, »is cruel when it takes shape as an affectively stunning double bind: a binding to fantasies that block the satisfactions they offer, and a binding to the promise of optimism as such that the fantasies have come to represent« oder »an optimistic attachment is cruel when the object/scene of desire is itself an obstacle to fulfilling the very wants that bring people to it« (2011: 51, 227). Berlant und Ahmed entlarven die affektiven Zwänge eines gelungenen Lebens unter neoliberalen Bedingungen, unter denen vermeintlich subjektive und individuelle Gefühle durch eine diffuse affektive Öffentlichkeit ausgerichtet werden, bzw. subjektives Empfinden zum Index des gesellschaftlichen Klimas wird (vgl. auch Ngai 2004 zu unerwünschten Gefühlen). Gefühle, Stimmungen und Affekte sind nicht subjektzentriert, sondern Teil einer ›Gefühlsstruktur‹, die affektive Anziehungs- und Abstoßungsverhältnisse organisiert und an der Individuen teilhaben.

Dieser kursorische Überblick über Positionen und Beiträge zum Affective Turn zeigt die Bandbreite der theoretischen Zugängen, die unter diesem Label zusammengefasst werden können und Affekt unter ontologischen, konstruktivistischen und feministischen Vorzeichen konzeptionalisieren. Die neuen Affect Studies, anschließend an Brian Massumi, bilden dabei nur einen Strang aktueller Forschung, der in feministischen Arbeiten rezipiert, aber dort unter kulturwissenschaftlichen Vorzeichen weitergeführt wird. Emotionsgeschichte und -soziologie bilden wichtige etablierte Einfallstore für Forschung zu Affekten als Emotionen, weisen mit der affekttheoretischen Strömung allerdings weniger Berührungspunkte auf.

Für die Zeitschriftenforschung ergeben sich vielfältige Anknüpfungspunkte. Vereinzelt wurde Affekt in Aufsätzen der Periodical und Cultural Studies bereits aufgegriffen: z. B. Booth (2008) zu Körperdarstellungen im Surfmagazin *Tracks*; Kriebel (2012) zur Taktilität von John Heartfields Illustrationen in der *AIZ*; Dillane (2016) zu überraschenden Erstpublikationskontexten literarischer Texte; Soronen (2017) zu ›emotional labor‹ in der Redaktion von Lifestylemagazinen oder Ege (2019) zu den ›Gefühlsstrukturen‹ im Zine *Lost & Found*. In Handbüchern und Überblickswerken fehlen die Affect Studies jedoch noch (Abrahamson/Prior-Miller 2018; Sternadori/Holmes 2020).

Wie lassen sich nun Affekt und Zeitschrift zusammenbringen? Im Folgenden sollen zwei Herangehensweisen vorgeschlagen werden, wie Affekt und die Perspektiven der Affect Studies produktiv gemacht werden können, und zwar unter den Rubriken ›Oberflächlichkeit(en)‹ und ›flow‹, die zwei Schlüsselwörter der Affect Studies ansprechen. Ersteres soll, gemäß den Prämissen der Affect Studies, die Aufmerksamkeit auf Körper, Kontaktflächen und Materialität beim Zeitschriftenlesen lenken. Letzteres ist

ein schillernder Begriff, der originär aus den Cultural Studies und speziell den TV Studies stammt und für die Zeitschriftenforschung aufgefächert werden soll. Dabei möchte ich den Beitrag der Cultural Studies als Reservoir für die Zeitschriftenforschung stark und Raymond Williams' Begriff des ›flow‹ für das Zeitschriftenlesen nutzbar machen.

2. Flow: Affekt und Emotionen in Zeitschriften

Das wissenschaftliche Interesse an Affekt(en) in der Medienrezeption richtet sich zurzeit schwerpunktmäßig auf audiovisuelle und digitale Medien. Dies liegt im historischen Zusammenfallen akademischer Fachgeschichten und technologischer Entwicklung begründet, was sich in einem Überhang an Arbeiten zu Film und Fernsehen auf der einen Seite und digitalen Medien auf der anderen bemerkbar macht. Im anglophonen Raum werden populäre Medien in Fächern beforscht, die als Media und Cultural Studies oder Media and Communication Medienproduktion, -texte und -publika zum Gegenstand und ihren originären Impuls aus den Cultural Studies britischer Prägung empfangen haben. Diese wurden 1964 durch die Eröffnung des CCCS (The Centre for Contemporary Cultural Studies) in Birmingham institutionalisiert und arbeiteten sich an Fernsehen als Leitmedium und als paradigmatischem populären Massenmedientext der 1970er und 1980er Jahre ab (vgl. z.B. Fiske 2011 [1987]). Die Verbreitung und Intensivierung des Fernsehkonsums als Freizeitbeschäftigung fällt in dieser Zeit mit dem Aufstieg der British Cultural Studies zusammen. Das Feld der Television Studies folgte den ›turns‹ der Kulturwissenschaften und nahm auch die Entwicklung der Affect Studies auf, nicht zuletzt anschließend an frühere feministische Arbeiten zu Fernsehen aus den Cultural Studies (z.B. Ang 2013 [1982], übers. als *Das Gefühl Dallas*). Heute finden sich z.B. Analysen zur medialen Darbietung von Empörung, Betroffenheit, emotionalen Geständnissen und authentischen Gefühlen im Reality TV als »branded affect« (siehe Grindstaff/Murray 2015: 109-135). Wissenschaftler:innen, die in den 1970er, 1980er und 1990er Jahren zu populären Zeitschriften forschten, hatten ihr Interesse, als die Affect Studies sich konsolidierten, oft bereits auf digitale Medien verlagert (siehe McRobbie in diesem Band), zumal zur selben Zeit, und spätestens um die 2010er Jahre, Social Media-Plattformen zu einem Massenphänomen geworden waren und für die Zirkulation und Macht von Affekten in der digitalen Selbstrepräsentation und vernetzten Gemeinschaftsbildung reichliches Anschauungsmaterial boten (vgl. zu ›digital affect‹ z.B. Karatzogianni/Kuntsman 2012; Hillis/Paasonen/Petit 2015).

Raymond Williams ist in der Entwicklung der Cultural Studies eine zentrale Figur, obwohl er nie institutionell an das CCCS angebunden war. Sein viel zitierter Begriff ›flow‹ ist ein frühes Konzept aus den Cultural Studies, wurde unter dem Eindruck des Fernsehens als Schlüsselmedium der Zeit geprägt und kann eine affektive Medienrezeption beschreibend gelesen werden. Fernsehen bedeutet laut Williams nicht das sukzessive Schauen diskreter Programme, sondern spült Zuschauer:innen in einem Strom von aufeinanderfolgenden Sendungen mit, deren Grenzen in der Rezeption verschwimmen. Dies impliziert einen besonderen affektiven Zustand, induziert durch die Eigenheit der medialen Darbietung, welche jedoch schwer in der Analyse ihrer diskreten Elemente

fassbar ist. Williams beschreibt dies als »a single irresponsible flow of images and feelings« (2003 [1974]: 92):

It is indeed very difficult to say anything about this. It would be like trying to describe having read two plays, three newspapers, three or four magazines, on the same day that one has been to a variety show and a lecture and a football match. And yet in another way it is not like that at all, for though the items may be various the television experience has in some important ways unified them. To break this experience back into units, and to write about the units for which there are readily available procedures, is understandable but often misleading, even when we defend it by the gesture that we are discriminating and experienced viewers and don't just sit there hour after hour goggling at the box. (96)

Das Ineinanderfließen aufeinanderfolgender Sendungen wird laut Williams in der Programmgestaltung forciert, um die Aufmerksamkeit der Zuschauer:innen für eine möglichst lange Zeitspanne zu fesseln. Dafür werden innerhalb einer Sendung Teaser für folgende Sendungen eingestreut und harte Brüche zwischen verschiedenen Segmenten vermieden. Das Resultat ist für die Rezipient:innen ein ununterbrochener Fluss aus Bildern und Stimmungen, die über Sendungsgrenzen hinweg ineinandergreifen: »It is [...] that many particular items – given our ordinary organisation of response, memory and persistence of attitude and mood – are affected by those preceding and those following them« (96). Williams' Beschreibung der »television experience«, also der Fernseh-Erfahrung, deutet bereits an, dass es bei ›flow‹ um eine holistische Konzeption der situiereten und körperlichen Erfahrung der Rezeption geht, einer Konstellation von Körpern und Technologie, welche einen besonderen affektiven Zustand zeitigt, der nicht in erster Linie durch Programminhalte hergestellt wird, sondern durch das multisensorische Einwirken des Mediums auf den Körper der Rezipient:innen.

Debra Rae Cohen sowie Nicola Kaminski und Jens Ruchatz haben auf Flow als intermedial anschlussfähigen Begriff für die Periodical Studies (siehe Cohen 2015: 99) bzw. Journalforschung hingewiesen (Kaminski/Ruchatz 2017: 33, 37), auch wenn Fernsehen und Magazin sich in ihren medialen Affordanzen unterscheiden. Cohen verbindet mit Flow das zusammenfließen unterschiedlicher Temporalitäten: die Verflechtung von Periodizität und dem dahinfließenden Alltag und seinen Zeiten. Cohens Überlegung zu Zeitlichkeiten kann durch die Beobachtung einer Leser:innenethnografie zu Frauenmagazinen noch ergänzt werden, die ebenfalls kurz auf Williams' Begriff verweist:

Williams observes how trailers and commercials melt into television programmes and affect the way that television is experienced. Similarly, the metatexts in women's magazines can be said to create a smooth flow in which readers are continually encouraged to look forward not only to the next page, but also to next week's issue. This might explain why readers found women's magazine reading to be suitable as a reward: the texts of women's magazines [...] are structured in order to form expectations about future reading pleasure. (Ytre-Arne 2011: 224)

Brita Ytre-Arne beschreibt sowohl die in Zeitschriften eingeschriebene Temporalität als auch die Miszellenität ihrer Inhalte als Williams' Begriff des medialen Flow ähnlich gelagert: Wie beim Fernsehen verschmelzen werbliche und redaktionelle Elemente und ver-

weben sich Ankündigungen und Rückblicke in einem Rezeptionsfluss. Und wie Cohen bezieht Ytre-Arne Flow damit auch auf die Temporalität der Zeitschrift und ihre Hervorbringung von vorausweisenden Erwartungsstrukturen und einer ständigen Antizipationshaltung der Leser:innen (siehe Fröhlich im Band). Kaminski und Ruchatz weisen auf den Mehrwert des Flow-Begriffs für die Beschreibung der Fragmentarität und Heterogenität der Elemente auf der Seite hin, die im Lese-Erlebniss »zu einem integrativen Fluss verschmelzen« (37). Nicht zu unterschätzen ist dabei die Visualität der Zeitschrift und die Bedeutung von Abbildungen und Layout, die beim freien Blättern (vergleichbar mit dem Zapping) einen Rhythmus aus Formen und Farben herstellen, bei dessen Analyse der Rekurs auf Text im engeren Sinne oder im weiteren (post)strukturalistischen Verständnis als Bedeutungsgeflecht nicht mehr greifen. Affekt vermag stattdessen diese Einstimmung der Leser:innen auf die Zeitschrift, ihre Zeiten und Rhythmen sowie Stimmungen besser zu umreißen und als alltägliche affektive Aneignung zu greifen.

Flow erscheint auch, wie bei Williams bereits angedeutet, als produktionsseitige Größe: Die Aufmerksamkeit der Rezipient:innen soll möglichst lange gehalten werden, um ein attraktives Angebot an Werbekund:innen zu machen. So rät Richard Sharpe zukünftigen Magazinmacher:innen: »The pace and flow of the magazine is part of its appeal: get readers hooked with the cover then keep them involved with a lively flow. Readers want variety within a magazine, both in design and content. This includes the front section, with its different components, the body or middle of the edition and the back« (2014: 137). Leser:innen können vorgespurten affektiven Bahnen durch die Inhalte folgen, die nicht nur über Themen und Text vernetzt sind, sondern auch durch Design-Entscheidungen, die Stimmungen und Atmosphären auf der Seite umsetzen.

Der Flow-Begriff ist nicht nur als Interpretament affektiver Medienerfahrung nützlich, sondern ist auch selbst zum Objekt eines emotionskulturellen Diskurses geworden. Der Psychologe Mihály Csíkszentmihályi (1934-1921) popularisierte ihn in den 1990er Jahren mit seinen Publikationen zum Flow-Zustand als universellem Glückserlebnis, welches in der selbstversunkenen, konzentrierten und kompetenten Ausübung einer Tätigkeit erreicht wird. In *The Promise of Happiness* schreibt Sara Ahmed zu Csíkszentmihályis Begriff: »When the subjects are not ›in flow‹ they encounter the world as resistant, as blocking rather than enabling an action. Unhappy subjects hence feel alienated from the world as they experience the world as alien« (2010: 12). So baut Ahmed Csíkszentmihályis Konzept in die theoretische Grundlage ihrer Monografie ein, gleichzeitig ist die breite Rezeption von Csíkszentmihályis Büchern aber auch Teil des von Ahmed diagnostizierten ›happiness turn‹, d.h. einer Zunahme des Interesses an und von Veröffentlichungen zu Glück als Problem der individuellen affektiven Lebensgestaltung, welches durch normative Handreichungen gelöst und kapitalisiert werden soll:

The popularity of therapeutic cultures and discourses of self-help have also meant a turn to happiness: many books and courses now exist that provide instructions on how to be happy, drawing on a variety of knowledges, including the field of positive psychology, as well as on (often Orientalist) readings of Eastern traditions, especially Buddhism. It is now common to refer to »the happiness industry«: happiness is both produced and consumed through these books, accumulating value as a form of capital. (3)

Auch wenn Ahmed hier von Ratgebern spricht, so sind insbesondere Zeitschriften wichtige Orte für die diskursive Verhandlung und Einübung von ›feeling rules‹ sowie der Verständigung über Emotionen: Ratgeber:innenkolumnen, Persönlichkeitstests und Horoskope sind wiederkehrende Binnen-Genres, die vorgeben, wie über Gefühle gesprochen werden kann und wie sie gefühlt werden soll(ten): »Everyone gets angry now and then. But how do you show it without turning green and ruining your clothes« (*Men's Health* 1996: 36) leitet z.B. die Fitness- und Lifestylezeitschrift *Men's Health* (1986–) einen Artikel in der Rubrik »Man to Man« ein, der mit »Wild Thing« überschrieben und mit einer Illustration von Hulk bebildert ist. Explizit werden in Zeitschriften Emotionen und ihre Performanz so vorgeformt und vorgeführt. Um einen weiteren prominenten Begriff aus Raymond Williams' Vokabular aufzugreifen, wirken Zeitschriften auf diese Weise als »infra-structures of feeling« (Coleman 2018), als ästhetisch-materielle Resonanzräume für Stimmungen und Emotionen (Williams 1977: 128-135; Coleman 2018: 611). ›Structures of feeling‹ bezeichnen bei Williams das subjektive, alltägliche Erleben, »all that is present and moving, all that escapes or seems to escape from the fixed and the explicit and the known is grasped and defined as the personal: this, here, now, alive, active, subjective« (1977: 128). Williams versteht ›structure‹ nicht als rigide und präformierende Architektur, sondern als »a set, with specific internal relations, at once interlocking and in tension« (132). In Anlehnung daran fragt Rebecca Coleman mit dem Infrastruktur-Begriff im Kontext von Social Media-Plattformen danach, wie Affekt dort hergestellt wird, »produced, arranged and accessed through particular techniques, conventions and interactions« (2018: 618). Auch Zeitschriften stellen solche Infrastrukturen bereit und fächern sie in ihren Binnen-Genres auf.

Eine besondere ›Infrastruktur‹ für die affektive Aneignung und diskursive Verhandlung von Emotionen und Stimmungen stellt der Zeitschriftentyp (siehe Scheiding/Fazli im Band) des Mindstyle-Magazins dar. Im Vordergrund stehen, analog zum Lifestylemagazin, Themen, Produkte und Trends aus den Bereichen Wellness und Achtsamkeit sowie in einigen Publikationen die Schwerpunkte populäre Psychologie und Spiritualität (Fazli 2022). *Happinez* wurde 2003 in den Niederlanden zum ersten mal publiziert, kam 2010 in Deutschland auf den Markt und startete den Trend. *Flow*, eine ebenfalls ursprünglich niederländische Marke, erscheint seit 2013 in Deutschland bei Gruner+Jahr und gab bis 2021 auch eine englische Ausgabe heraus, die hier als Beispiel dienen soll. Ihr Konzept lässt sich als ästhetische Stilisierung des Alltags als affektiv wertvoll zusammenfassen: Visuell setzt *Flow*, wie andere Mindstyle-Magazine auch, eher auf Illustrationen als auf Fotos. Das Zitat aus einem Interview mit einer Designerin, die als eine von drei »creative entrepreneurs« porträtiert wird, fungiert als Metakommentar für diese visuelle Identität der Zeitschrift: »An illustration is a very direct way of communication. It gives someone an instant emotion« (*Flow* 2020: 23). Das direkte und mittelbare Hervorrufen, Auskosten und Prozessieren von Emotionen bildet den Kern der Zeitschrift. Gleichzeitig werden negative Emotionen als Problem individueller Umstände und Haltungen thematisiert und bearbeitet. Inhaltlich zieht sich durch *Flow* zum einen ein fortlaufender Kommentar zu digitalen Medien als Ursache für Stress und negative Emotionen, zum anderen schwelgt *Flow* in gewöhnlichen Alltagsszenen und -szenerien, die in Bild und Text als visuell wie affektiv diminutiv dargestellt werden, in intimen Räumen und kleinen Szenen sowie stilisiert kindlich anmutenden Illustrationen. Eine Serie zu ihrem Beitrag für

einen umweltfreundlichen Umgang mit Ressourcen, zu dem drei Kreative befragt werden, setzt die folgenden Blurbs prominent in die Mitte der Seite: »I don't use make-up and I cook my own meals« (86), »I would take all of my glass to be recycled once a month – by bike of course« (88), »I still purchase more plastic than I would like to« (90) und an anderer Stelle: »I do something for the [house]plants every day, but Sunday is the most important day for my plants and me. That's when the big things happen: repotting, pruning, removing dead leaves« (50-51). Unspektakuläre persönliche Routinen und Rituale sollen ›bewusst‹ aufgewertet werden zu »tiny pleasures« (100), ein Projekt, für das die Zeitschrift einen Einübungs- und Resonanzraum bietet.

Flow nimmt dabei immer die Verstrickung der Leser:innen in digitale Medienformate an, deren affektives ›Management‹ das Magazin thematisiert. Bereits im Editorial heißt es: »We've written about the fear of missing out that creeps up on us when we've, once again, been scrolling through a timeline full of pictures of friends doing fun things« (*Flow* 2020: 5). Die Reflektion digitaler Medienerfahrung zieht sich durch das gesamte Heft: »So, go offline, meditate, take a walk in the woods or grab a book« (36), »I would like to go into nature more to get inspiration; at the moment I google nature more than I go out into it« (46), »after a few hours all our phones had run out of juice, I noticed for the first time in a long while how wonderful it is to really *be* in the same place together with others« (110; Hervorh. i. Orig.) und »You are expected to succeed in everything you do, preferably in full view for everyone to see on social media« (118). Diese wenigen Beispiele vermögen bereits zu zeigen, dass *Flow* eine Haltung formuliert, die Alltägliches affektiv aufwertet und zum Rohstoff für eine achtsame Reinterpretation macht, in der Imaginationskraft und Kreativität im Vordergrund stehen, allerdings im Dienst einer ›Verlangsamung‹ und Simplifizierung des Alltags und des Medienkonsums. Bereits das Cover der Nummer kündigt an: »Flow[:] A magazine that takes its time«. Die Zeitstrukturen, die damit sowohl diskursiv als auch medial nahegelegt werden, bringt *Flow* gegen digitale Medien in Stellung. Unter dem Begriff ›digital affect‹ oder »*affective fabrics* of digital cultures« (Kuntsman 2012: 3; Hervorh. i. Orig.) ist die Zeiterfahrung beim digitalen Medienkonsum untersucht worden (auch in Coleman 2018), die eine konstante Verfügbarkeit und Aktualität als unmittelbare und expansive Gegenwart priorisiert (603). *Flow*'s Seiten können dagegen als ›infra-structure of feeling‹ gelesen werden, die eine zeitlich anders gelagerte Rezeption nahelegt, die als affektiv wertvoll postuliert und in der Rezeption durch die Leser:innen erlebt und performiert wird, freilich unter Setzung eines neuen Ideals vermeintlich authentischer, bewusster Lebensführung.

Flow unterstreicht ihr materiales Eindringen in den affektiven Rezeptionsprozess: Das Magazin widmet sich explizit dem Material Papier nicht nur als Infrastruktur für Print, sondern als Rohmaterial für Handarbeitsprojekte und Dekoration. Die Seiten sollen zerschnitten, gefaltet oder bestickt werden. Sie sind mit Anleitungen und Mustern gefüllt und stellen Bögen bereit, die herausgetrennt und verarbeitet werden können (2020: 127-154), im Inhaltsverzeichnis angekündigt als »A whole section dedicated to crafting, with nine basic projects and seven pages of patterned paper (double-sided with different designs on each side)« (9). Als »A Magazine for Paper Lovers« (tagline) wird *Flow* von einem jährlich erscheinenden *Book for Paper Lovers* komplementiert, das Papierbögen und papierne Beigaben enthält. Auf der deutschsprachigen Homepage wird es ausführlich über positive Affekte beworben, die durch Kontakt und Textur entstehen:

Papier anzufassen, seine Struktur zu fühlen und damit zu basteln kann ein besonderes Gefühl von Zufriedenheit hervorrufen. Die verspüren wir auch jedes Mal, wenn wir das neue *Book for Paper Lovers* in Händen halten. Dafür haben wir wieder viele detailverliebte Kunstwerke und kreative Papierüberraschungen von Künstler:innen aus aller Welt für dich zusammengetragen.

DAS IST DRIN:

- Postkarten
- Briefpapier
- Poster
- Aufkleber
- Geschenkanhänger
- Geschenkpapier
- ein Mini-Katzenhaus zum Basteln
- hübsche Lochkarten
- ein Stand up-Pflanzenposter für den Schreibtisch oder die Fensterbank¹

Das Verständnis der Zeitschriftenrezeption als medienspezifisches Lesen realisiert im Schauen und Blättern ist bei der praktischen Aneignung dieser Printobjekte anders und komplizierter gelagert, da hier papierne Oberflächen und ihre Texturen als affektiv wertvoll hervorgekehrt werden.

3. Die Seite fühlen: Die Oberflächlichkeit der ›Glossies‹

Dass Zeitschriftenleser:innen Magazine in die Hand nehmen müssen um sie zu lesen ist eine banale Beobachtung. Verfolgt man sie aber durch die Windungen der seit den 1990ern aufgekommenen Affect Studies, so ergeben sich Perspektiven auf das Magazin, die Latham und Scholes' Ruf nach einer Analyse der Zeitschrift als zentralem ›Objekt der Forschung‹ neue Facetten hinzufügen können. Zeitschriftenlesen besteht nicht nur aus dem Dekodieren von Textelementen und dem Konsum von verbalen und visuellen Informationen, sei es zu Politik, Celebrities, Hobbies oder Lifestylethemen. Sie liefern auch einen ästhetischen Mehrwert in der Präsentation von Inhalten, der nicht nur auf, sondern *in* der Seite liegt, nämlich dem Format, der Qualität und der Beschichtung des Papiers, kurz: In Elementen, die wortwörtlich erfühlt werden müssen. In diesem Sinne ist die Lektüre von Text und Bild mit dem (Er)Fühlen des Papiers in der Handhabung des Magazins untrennbar verbunden (Fazli 2022). Diese Qualität der Lektüre hat insbesondere in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen, und zwar in einem Diskurs, der die materialen, taktilen Eigenschaften der Zeitschrift explizit hervorhebt und kommentiert, sowohl in Magazinen selbst als auch in paratextuellen Äußerungen von Medienschaffenden zu den multisensorischen Eigenschaften von Printprodukten. Stellvertretend für eine Reihe ähnlicher Äußerungen kann Christoph Amends Kommentar – er ist Chefredakteur des *ZEITmagazin* – zum Launch des *ZEITmagazin Wochenmarkt* im September 2021 stehen: »When we brought out the first issues to friends here in Milan [während des Salone

1 https://www.zeitfuerschoenes.de/flow_book_for_paper_lovers_9-066562.html

del mobile], everyone was [...] flipping through the pages, touching the paper [...] you get the first copy of a magazine, you feel it, you touch it, something only a magazine can deliver«. ² Die Beschwörung des taktilen Erlebnisses der gedruckten Zeitschriften ist ein wiederkehrendes Motiv im Diskurs der Branche, die sich so ihres Alleinstellungsmerkmals gegenüber digitalen Medien vergewissert und dem oft zitierten ›death of print‹ (so auch in dem Interview mit Amend) emphatisch die Materialität der Zeitschrift entgegensetzt. In den Äußerungen der Magazinmacher:innen bleibt diese (Selbst)Vergewisserung des intrinsischen Werts des Printprodukts zumeist kurz und unkommentiert stehen, zeigt aber auf, wie das Genre der Printzeitschrift affektiv im Konzert der konkurrierenden Medienkanäle positioniert wird.

Der Kontext in dem dieser Diskurs über die Haptik der Zeitschriftenseite im Gegensatz zur Digitalität stattfindet, ist mit dem der Kunstwissenschaft entlehnten Begriff der Postdigitalität bezeichnet. Dieser meint keineswegs, dass das Digitale überwunden wäre, sondern dass digitale Medien und ihre Geräte ihre herausgehobene Stellung verloren haben und eine Option unter anderen sind (vgl. Cramer 2014). Sie sind nun nicht mehr ›neu‹ und daher automatisch begehrenswert. Stattdessen, so Cramer, ist ein Aspekt des Postdigitalen das Nebeneinander ›neuer‹ und ›alter‹ Medien gemäß ihrer jeweiligen Anforderungen. In diesem Nebeneinander stechen jeweils ihre spezifischen Eigenschaften hervor. Die längeren Erscheinungsrhythmen eines Printmagazins werden durch die Aktualität digitaler Angebote akzentuiert. Genauso fallen die unterschiedlichen haptischen Eindrücke des Printprodukts besonders dann auf, wenn man es mit der gleichförmigen und glatten Oberfläche von Bildschirmen vergleicht. Sich letztere als immaterieller vorzustellen, ist allerdings ein Trugschluss. Nichtsdestotrotz erscheint Papier als wärmeres Medium, ein Eindruck, den Alessandro Ludovico in seiner Monografie *Postdigital Print* auf die ›Cyberpunk-Metapher‹ »paper is flesh, screen is metal« herunterbricht (2012: 117; vgl. auch Thoburn 2019: 59 zu *Mutes* Slogan ›proud to be flesh‹).

In den Affect Studies spielen texturierte Oberflächen eine besondere Rolle als Kontaktflächen, welche Gefühle im Zusammentreffen übertragen. Fühlen und Gefühl sind in ihnen verschaltet. Eve Sedgwick bringt dies im Titel ihrer Monografie *Touching Feeling* auf den Punkt und erklärt den Titel ihrer hier versammelten Aufsätze zum Programm:

The title I've chosen for these essays, *Touching Feeling*, records the intuition that a particular intimacy seems to subsist between textures and emotions. But the same double meaning, tactile plus emotional, is already there in the single word ›touching‹; equally it's internal to the word ›feeling‹. I am also encouraged in this association by the dubious epithet ›touchy-feely‹ with its implication that even to talk about affect virtually amounts to cutaneous contact. (2003: 17; vgl. auch Ludovico 2016)

Ein Begriff, der das Fühlen der Seite beim Lesen rahmen kann, ist der der Begegnung, ›encounter‹ (Massumi 1995: 93), zwischen (nicht-)menschlichen Körpern, die sich gegenseitig affizieren und affiziert werden und damit immer offen und in Veränderung begriffen sind (siehe z.B. Massumi 2002: 30). Sabine Kriebel wendet diese Begrifflichkeiten für die Beschreibung einer Zeitschrift an. Sie fokussiert die *Arbeiter Illustrierte Zeitung*

2 Amend im Interview mit Tyler Brûlé im *Monocle* Stack podcast: <https://monocle.com/radio/shows/the-stack/473/>

und insbesondere John Heartfields darin abgedruckte Fotomontagen, die schwarze Körper zeigen und die Aufmerksamkeit der Leser:innen auf deren und ihre eigene Haut als Kontaktfläche lenken. Kriebel beschreibt die Lektüre als affizierendes Ereignis im Kontaktspiel von Haut und bedrucktem Papier:

Moreover, the process of reading a magazine – of thumbing through pages of text and images over time, interspersing motion with the stillness of reading – is potentially radical, for as Massumi emphasizes, the moving, perceptive body is open, transformative, and intersubjective. The body is in the here and now and simultaneously open to elsewhere, transported through the act of reading to worlds outside and beyond the body. Those worlds also enter the body, internalized through reading. Reading the photographic magazine, which brings the phenomenal world within the orbit of our hands, momentarily integrates the beholding body with other phenomenal bodies – mass replicated image worlds textured by text. We are always in relation to other bodies, other spaces, beyond our own; we are not substantive but interdependent. (Kriebel 2012: 29)

Mit Rückgriff auf das Vokabular der Affect Studies, entsteht so ein Bild der Lektüre als affektgeladen und ›embodied‹. Vor diesem Hintergrund lässt sich die Wirkungsmacht von Heartfields Kompositionen, die die Leser:innen affektiv involvieren, detailliert beschreiben: Ihre Affekte gehen auf die Leser:innen über, im Kontakt von Haut und Papier im Dienst politischer Agitation.

Als abschließendes Beispiel soll kurz Mehita Iqanis Arbeit zu ›smoothness‹ (2012) und zeitgenössischen Magazincovern dienen. Iqani analysiert mit dem Magazincover einen Teil der Zeitschrift, der von Gudrun Held als »Kontakttextsorte« eingeordnet wird (Held 2005: 175) und damit als prädestinierten Ort der affektgeladenen Begegnung. Die Bezeichnungen ›Hochglanzmagazin‹ oder ›glossy‹ heben beide auf das beschichtete, glänzende Papier von Mode- und Lifestylemagazinen als charakteristischer Eigenschaft des Zeitschriftentyps ab, das den Glamour der Models, Designer:innen und Stars auf den Seiten multisensorisch unterlegt. Haptisch zeichnet sich dieses Papier durch seine Glätte aus, visuell wirft es das Licht zurück und glänzt, was insbesondere Fotos und Farben eine besondere Qualität verleiht. Gleichzeitig wertet die auf den materialen Eigenschaften beruhende Bezeichnung die journalistische Qualität der Inhalte ab. Es liegt nahe zu vermuten, dass diese Abwertung nicht nur auf Gender-Zuschreibungen beruht – es handelte sich um ›leichte‹ feminin-konnotierte Themen, wie Beauty, Lifestyle und Mode –, sondern auch dadurch wirkt, dass hier die Hierarchisierung von Körper und Inhalt, d.h. materiell und immateriell, aufgerufen wird: ›Glossiness‹ lenkt die Aufmerksamkeit auf den ›Magazinkörper‹. In ihrem Beitrag spricht Iqani von »gendered smoothness«, um die affektive Verschränkung der Körper weiblicher Covermodels und der ›glossy‹ Titelseiten zu untersuchen: »Smoothness is a building block of sensory experience; it has the ability to produce affect« (2012: 317; siehe Iqani im Band). Iqani wählt Cover von Auto- und Männermagazinen und zeigt, wie Frauenkörper und Autokarosserien (›bodywork‹) im selben texturellen Idiom als warenförmige begehrten Objekte dargestellt werden, und zwar nicht (nur) diskursiv, sondern affektiv: »ideological meanings about gender can be inscribed at the level of surface, and are not only encoded in hidden discourses«

(326). ›Oberflächlichkeit‹ wird so affektiv wirksam, indem Leser:innen die Struktur der Seitenfläche erfühlen.

Flow, das Achtsamkeitsmagazin, ist dagegen auf unbeschichtetem, festerem Papier gedruckt, so dass sich die Textur der Seite leicht rau anfühlt und Farben gedeckter und weniger leuchtend wirken. Es erscheint allein durch die Wahl des Papiers ›natürlicher‹, da die Faserigkeit des Rohstoffs erkennbar bleibt, und setzt sich damit nicht nur von den Glossies ab, sondern auch von Bildschirmmedien, die als allgegenwärtige Dritte, wie bereits beschrieben, im Magazin als negative Folie mitgedacht sind. Das (Er)Fühlen der Seite ist bei der Zeitschriftenrezeption affektiv aufgeladen, allerdings nicht textuell, sondern texturell vermittelt.

Entlang unterschiedlicher Konzeptionen von Affekt ergeben sich so eine Reihe von Herangehensweisen an Zeitschriften und das Zeitschriftenlesen: Auf der Inhaltsebene bieten Publikumszeitschriften einen Einblick in Emotionologien. Materialität und Periodizität (siehe Igl, Fröhlich im Band) färben die Rezeption, ohne dass ihre ›Bedeutungen‹ für die Lesenden ausbuchstabiert werden müssten. Stattdessen grundieren das Fühlen des Papiers sowie die Rhythmen des Erscheinens und Lesens ein eigenes mediales Erlebnis, das von nicht-sprachlichen visuellen Elemente ebenso gesteuert wird, wie Format, Bindung und Papierqualität als ›infrastructures of feeling‹. Die Arbeit an einem Begriff des ›periodical affect‹ oder ›magazine affect‹ steht noch aus.

Anmerkung

Gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) – Projektnummer 442261292 – SFB 1482.

Literatur

- Abrahamson, David/Prior-Miller, Marcia (Hg.) (2018): *The Routledge Handbook of Magazine Research. The Future of the Magazine Form*. New York: Routledge.
- Ahmed, Sara/Schmitz, Sigrid (2014): *Affect/Emotion. Orientation Matters. A Conversation Between Sigrid Schmitz and Sara Ahmed*. In: *Freiburger Zeitschrift für Geschlechter Studien* 20.2 (2014). S. 97-108.
- Ahmed, Sara (2010): *The Promise of Happiness*. Durham: Duke University Press.
- Ahmed, Sara (2014 [2004]): *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh.
- Ang, Ien (2013 [1982]): *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. Hoboken: Taylor and Francis.
- Bachmann-Medick, Doris (2006): *Cultural Turns. Neuorientierung in den Kulturwissenschaften*. Hamburg: Rowohlt.
- Berlant, Lauren (2011): *Cruel Optimism*. Durham: Duke University Press.
- Booth, Douglas (2008): (Re)Reading the Surfers' Bible. *The Affects of Tracks*. In: *Continuum* 22.1 (2008). S. 17-35.
- Clough, Patricia T. (2007): Introduction. In: Clough, Patricia T./Halley, Jean (Hg.): *The Affective Turn. Theorizing the Social*. Durham: Duke University Press. S. 1-33.
- Cohen, Debra Rae (2015): ›Strange Collisions‹. *Keywords Towards an Intermedial Periodical Studies*. In: *English Studies in Canada* 41.1 (2015). S. 93-104.

- Coleman, Rebecca (2018): Theorizing the Present. Digital Media, Pre-Emergence and In-fra-Structures of Feeling. In: *Cultural Studies* 32.4 (2018). S. 600-622.
- Cramer, Florian (2014): What is Post-Digital? *APRJA* 3.1 (2014). S. 11-24; <http://lab404.com/142/cramer.pdf> (07.04.2022).
- Csikszentmihályi, Mihály (1990): *Flow. The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper Collins.
- Cvetkovich, Ann (2012): *Depression. A Public Feeling*. Durham: Duke University Press.
- Dillane, Fionnuala (2016): Forms of Affect, Relationality, and Periodical Encounters, or ›Pine-Apple for the Million‹. In: *Journal of European Periodical Studies* 1.1 (2016); DOI: 10.21825/jeps.v1i1.2574 (07.04.2022).
- Ege, Moritz (2019): Lost and Found. Quellen und Gefühlsstrukturen im amerikanischen ›Found Magazine‹. In: *Kultur und Gespenster* 20 (2019). S. 182-205.
- Fazli, Sabina (2022): Magazines, Affects, and Atmospheres. In: Ernst, Jutta/von Hoff, Dagmar/Scheidung, Oliver (Hg.): *Periodical Studies Today: Multidisciplinary Analyses*. Bd. 1. *Studies in Periodical Cultures*. Leiden/Boston: Brill, 2022. S. 205-229.
- Fiske, John (2021 [1987]): *Television Culture*. 2. [rev.] ed. London: Routledge Classics. Flow. 38, 2020.
- Furedi, Frank (2004): *Therapy Culture. Cultivating Vulnerability in an Uncertain Age*. London: Routledge.
- Gregg, Melissa/Seigworth, Gregory J. (2010): An Inventory of Shimmers. In: Gregg, Melissa/Seigworth, Gregory J. (Hg.): *The Affect Theory Reader*. Durham: Duke University Press. S. 2-25.
- Grindstaff, Laura/Murray, Susan (2015): Reality Celebrity. Branded Affect and the Emotion Economy. In: *Public Culture* 27.1 (2015). S. 109-135.
- Held, Gudrun (2005): Magazine Covers. A Multimodal Pretext Genre. In: *Folia linguística. Acta Societatis Linguisticae Europaeae* 39.1-2 (2005). S. 173-196.
- Hemmings, Clare (2005): Invoking Affect. Cultural Theory and the Ontological Turn. In: *Cultural Studies* 19.5 (2005). S. 548-567.
- Hillis, Ken/Paasonen, Susanna/Petit, Michael (Hg.) (2015): *Networked Affect*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hochschild, Arlie Russell (2005 [1983]): *The Managed Heart. The Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.
- Iqani, Mehita (2012): Smooth Bodywork. The Role of Texture in Images of Cars and Women on Consumer Magazine Covers. In: *Social Semiotics* 22.3 (2012). S. 311-331.
- Kaminski, Nicola/Ruchatz, Jens (2017): *Journalliteratur. Ein Avertissement. Pfennig-Magazin*. Bd. 1. Hannover: Wehrhahn.
- Karatzogianni, Athina/Kuntsman, Adi (Hg.) (2012): *Digital Cultures and the Politics of Emotion. Feelings, Affect and Technological Change*. London: Palgrave Macmillan.
- Kriebel, Sabine T. (2012): Touch, Absorption, and Radical Politics in the Magazine. The Case of John Heartfield. In: *kritische berichte* 4 (2012). S. 21-31.
- Kuntsman, Adi (2012): Introduction. Affective Fabrics of Digital Cultures. In: Karatzogianni, Athina/Kuntsman, Adi (Hg.): *Digital Cultures and the Politics of Emotion. Feelings, Affect and Technological Change*. London: Palgrave Macmillan. S. 1-17.
- Latham, Sean/Scholes, Robert (2006): The Rise of Periodical Studies. *PMLA* 121.2 (2006). S. 517-531.

- Leys, Ruth (2011): *The Turn to Affect. A Critique*. In: *Critical Inquiry* 37.3 (2011). S. 434-472.
- Ludovico, Alessandro (2012): *Post-Digital Print. The Mutation of Publishing Since 1894*. Eindhoven: Onomatopoeie.
- Ludovico, Alessandro (2016): *The Touching Charm of Print*. In: *xCOAx* (2016). S. 261-269; <http://2016.xcoax.org/pdf/xcoax2016-Ludovico.pdf> (07. April 2022).
- Massumi, Brian (1995): *The Autonomy of Affect*. In: *Cultural Critique* 31 (1995). S. 83-109.
- Massumi, Brian (2002): *Parables for the Virtual. Movement, Affect, and Sensation*. Durham: Duke University Press.
- McCarthy, E. Doyle (2017): *Emotional Lives. Dramas of Identity in an Age of Mass Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Men's Health. May 1996.
- Nagy, Piroska (2018): *History of Emotions*. In: Tamm, Marek/Burke, Peter (Hg.): *Debating New Approaches to History*. London: Bloomsbury Academic. S. 188-202.
- Ngai, Sianne (2004): *Ugly Feelings*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Sedgwick, Eve Kosofsky/Frank, Adam (1995): *Shame in the Cybernetic Fold*. Reading Silvan Tomkins. In: *Critical Inquiry* 21.2 (1995). S. 496-522.
- Sedgwick, Eve Kosofsky (2003): *Touching Feeling. Affect, Pedagogy, Performativity*. Durham: Duke University Press, 2003.
- Sharpe, Richard (2014): *Designing and Writing for Magazines*. In: Stam, David/Scott, Andrew (Hg.): *Inside Magazine Publishing*. Hoboken: Taylor and Francis. S. 137-166.
- Shouse, Eric (2005): *Feeling, Emotion, Affect*. In: *M/C. A Journal of Media and Culture* 8.6 (2005). 1-15; www.journal.media-culture.org.au/0512/03-shouse.php (07. April 2022).
- Soronen, Anne (2017): *Emotional Labour in Magazine Work. Suppressing and Evoking Emotions as Part of Project-Based Teamwork*. In: *Journalism Practice* 12.1 (2017). S. 1-18.
- Stearns, Peter N. (1994): *American Cool. Constructing a Twentieth-Century Emotional Style*. New York: New York University Press.
- Sternadori, Miglena/Holmes, Tim (Hg.) (2020): *The Handbook of Magazine Studies*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Thoburn, Nicholas (2016): *Anti-Book: On the Art and Politics of Radical Publishing*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Tyler, Imogen (2008): *Commentary and Criticism. Methodological Fatigue and the Politics of the Affective Turn*. In: *Feminist Media Studies* 8.1 (2008). S. 85-90.
- Williams, Raymond (1977): *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford University Press.
- Williams, Raymond (2003 [1974]): *Television. Technology and Cultural Form*. 2nd ed. London/New York: Routledge.
- Ytre-Arne, Brita (2011): *Women's Magazines and Their Readers. The Relationship Between Textual Features and Practices of Reading*. In: *European Journal of Cultural Studies* 14.2 (2011). S. 213-228.

