SCM
Studies in Communication and Media

FULL PAPER

Affekte als sozial-relationales Phänomen medialer Kommunikation: Affekttheorien für die Medienforschung nutzbar machen

Affects as social-relational phenomenon of media communication: The adaption of affect theories in media research

Margreth Lünenborg, Tanja Maier & Claudia Töpper

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Margreth Lünenborg (Prof. Dr.), Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Freie Universität Berlin, Garystr. 55, 14195 Berlin; Contact: margreth.luenenborg(at)fu-berlin.de

Tanja Maier (PD Dr.), Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Freie Universität Berlin, Garystr. 55, 14195 Berlin; Contact: tanja.maier(at)fu-berlin.de

Claudia Töpper (Dipl. Medienwissenschaftlerin), Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Freie Universität Berlin, Garystr. 55, 14195 Berlin; Contact: c.toepper(at)fu-berlin.de

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

FULL PAPER

Affekte als sozial-relationales Phänomen medialer Kommunikation: Affekttheorien für die Medienforschung nutzbar machen[1]

Affects as social-relational phenomenon of media communication: The adaption of affect theories in media research

Margreth Lünenborg, Tanja Maier, Claudia Töpper

Zusammenfassung: Zentrales Anliegen des Beitrags ist es, Affekttheorien für die empirische Anwendung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft nutzbar zu machen. Dazu stellen wir zunächst zentrale Stränge der Emotionsforschung in der Rezeptions- und Wirkungsforschung sowie der Medientextanalyse dar, klären die von ihnen verwendeten Begriffe und machen ihre Bezüge zur Affektforschung deutlich. Daran anschließend führen wir knapp in aktuelle affekttheoretische Ansätze ein, beginnend mit einer Rekonstruktion früher Auseinandersetzungen in den Cultural Studies, und entwickeln schließlich ein Analysemodell, mit dem Affekte als sozial-relationale Phänomene der Medienkommunikation empirisch analysiert werden können. Zur Exemplifizierung beziehen wir uns primär auf das Medium Fernsehen als einem Modus audiovisueller Kommunikation. Diese Betrachtung erlaubt jedoch auch weiterführende Überlegungen zur Bedeutung affektiver Dynamiken zwischen Medientechnologien, -texten und ihren Nutzer_innen.

Schlagwörter: Affekte, Emotionen, Rezeptionsforschung, Medienanalyse, Cultural Media Studies

Abstract: This article focuses on affect theories and their relevance for communication and media studies. Relying on the strength and potential of the different ‚affective turns', we develop an empirical approach to analyze affect as a relational phenomenon within media communication. To begin with, we introduce key concepts of emotion in audience and reception studies and in textual media analyses. Thereby, we try to clarify their central understanding of emotion and affect and explain their reference to contemporary affect theory. Introducing central strands of current affect theory, we develop an analytical approach to be used for empirical studies of affect in communication and media studies. Our considerations will be exemplified by the case of television. Nevertheless, the analytical approach provides the possibility for further reflections on the significance of affective dynamics within audiovisual media. We argue for an understanding of the affective dynamics of current media saturated societies.

Keywords: affects, emotions, audience and reception studies, television analysis, cultural media studies

1 Wir danken den anonymen Gutachter_innen für ihre sehr hilfreichen Anregungen wie auch kritischen Einwände.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

1. Einleitung

Seit den späten 1990er Jahren hat sich in den Kultur- und Sozialwissenschaften eine umfangreiche theoretische Debatte um das Verständnis und die Bedeutung von Affekten als zentralem Motor menschlichen Handelns entwickelt, die mit der Bezeichnung als „*affective turn*" (Clough & Halley, 2007) eine Kohärenz suggeriert, die bei genauerem Hinsehen vielfältige und durchaus unterschiedliche Konzeptionen beinhaltet. Vorsichtiger gesprochen beinhaltet der *turn to affect* eine Hinwendung zu jenen diffusen, allgegenwärtigen, stetig wirksamen, körperlich ausgedrückten affektiven Dynamiken, die menschliches Handeln, die Interaktion zwischen Menschen sowie zwischen Menschen und (medialen) Objekten motivieren. Der Affekt beschreibt dieses dynamische, relationale Geschehen, durch das Akteur_innen und Objekte sowie Akteur_innen miteinander in Verbindung gebracht werden. Während emotionales Erleben als komplexes Zusammenspiel von Gedanken und Gefühlen zu begreifen ist, zielt die Analyse der affektiven Dynamik auf das situative, relationale Geschehen in seinem körperlich-leiblichen Ausdruck ab. Als *affect theory* (Gregg & Seigworth, 2010) hat sich damit ein Ensemble theoretischer Ansätze herausgebildet, die in vielen Bereichen Anwendung finden und neue Einsichten in die Gestaltung gesellschaftlicher Beziehungen und Ungleichverhältnisse ermöglichen. So diskutieren Hardt und Negri (2004) kritisch die affektive Verfügbarkeit von Arbeitskraft; Gregg (2011) analysiert im Rahmen von arbeitsplatzethnographischen Studien die Ressource ‚Intimität', auf die in zeitgenössischer Teamarbeit zurückgegriffen wird. Mit dem Konzept ‚belonging' werden Fragen affektiv basierter Zugehörigkeit (oder Exklusion) gefasst, deren gemeinschaftskonstituierende Kraft auch mit dem Konzept von *affective citizenship* (Zembylas, 2014) beschrieben wird. Im Kontext transkultureller Mobilität und globaler Migrationsprozesse gewinnen diese Fragen an Bedeutung und führen in der Geographie (Bondi, Davidson, & Smith, 2005) oder der Sozialanthropologie (Pfaff-Czarnecka, 2011; Röttger-Rössler, 2016) zur Modifikation gesellschaftstheoretischer Konzepte. Mit einem relationalen Affektverständnis lassen sich schließlich Eltern-Kind-, wie auch Lehrer_innen-Schüler_innen-Relationen als konstitutiv affektiv basiert begreifen (Stern, 1985). Die knappe Übersicht zeigt, dass Überlegungen und Konzeptionen der *affect studies* (im Überblick Clough & Halley, 2007; Gregg & Seigworth, 2010) in vielen Forschungsfeldern prominent sind, in der Kommunikationswissenschaft jedoch bislang noch wenig beachtet werden. Eine Vielzahl affekttheoretischer Arbeiten kennzeichnet dabei das Augenmerk auf die Materialität von Körpern, aber auch auf (Medien-)Technologien (Coole & Frost, 2010) und ihre konstitutive Bedeutung für zeitgenössische Dynamiken humaner und non-humaner Interaktion (bspw. Angerer, 2007, 2017) als Formen des *new materialism*. Sie machen diesen Zugang in besonderer Weise für kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung interessant. Die Analyse dieser Dynamik richtet den Blick auf die mediale Erzeugung und Vermittlung von Affekten und körperlichen Affektausdrücken in der Rezeption und ergänzt damit die Ebene der Repräsentation. Nicht Diskurse und deren Bedeutungen, sondern affektive Adressierungen des Publikums und deren Rezeptionsweisen werden zum Gegenstand der Analyse. Das zentrale Interesse der Affektfor-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

schung liegt gleichwohl darin, die affektive Grundierung *jeglichen* menschlichen Handelns in den Blick zu nehmen. Damit soll insbesondere aktuell besorgten Einwürfen zur „Affektgetriebenheit" öffentlicher Kommunikation dahingehend begegnet werden, dass Affekte zweifellos als Bestandteile jeglicher Kommunikationsprozesse zu begreifen sind (Reckwitz, 2017). Ertragreich erscheint damit weniger der Ruf nach einer Rückkehr zum rationalen Diskurs, als vielmehr das Bemühen um eine angemessene Modellierung und Erklärung affektiver Dimensionen von (Medien)Handeln. So stellt die *affect theory* für kommunikationswissenschaftliche Analysen innovatives Potenzial bereit, da auf diese Weise tradierte dualistische Strukturen von Subjekt und Objekt, innen und außen, Körper und Geist, human und non-human überwunden werden können. Bislang mangelt es den theoretisch-konzeptionellen Überlegungen der *affect theory* jedoch weitestgehend an empirischer Operationalisierbarkeit.

Dies ist zentrales Anliegen des Beitrags: Er führt in ausgewählte affekttheoretische Ansätze ein, mit dem Ziel, diese – auch in ihrem empirischen Potenzial – für die kommunikationswissenschaftliche Analyse von audiovisuellen Medienangeboten und deren Rezeption zu diskutieren. Dazu werden eingangs Relationen zu etablierten Forschungszugängen sichtbar gemacht: Wir stellen knapp emotionstheoretische Begriffe und Theorien der Rezeptions- und Wirkungsforschung sowie die Auseinandersetzung mit Arbeiten zu Emotionsbegriffen und -konzepten und affekttheoretischen Ansätzen in audiovisuellen Medientextanalysen dar und diskutieren sie mit Blick auf die zugrundeliegenden Prämissen. Hier findet einerseits Begriffsklärung statt, da sowohl der Emotions- wie der Affektbegriff uneinheitlich verwendet werden. Zugleich werden die Bausteine und Grenzen der bisherigen Forschung für das hier entwickelte Feld der Affektforschung deutlich gemacht. Analyseleitend für die Literaturdiskussion ist die Prüfung, welches *Emotions- bzw. Affektverständnis* den Arbeiten zugrunde liegt, in welcher Weise dabei *Körper* und *Körperlichkeit* analytisch und empirisch in den Fokus gerückt werden und in welcher Weise der *relationale Charakter* von Affekten hier Anschlussfähigkeit erlaubt. Um sichtbar zu machen, welches Potenzial die *affect studies* für ein kommunikationswissenschaftliches Verständnis medial-kommunikativer Prozesse hat, werden wir in drei Schritten vorgehen. Als Ausgangspunkt (Kap. 3.1) dienen die Cultural Studies, die bereits in den 1970er Jahren begonnen haben, affektive Dynamiken analytisch in den Blick zu nehmen. Begriffliche Grundlegungen und zentrale Arbeiten werden eingeführt. Von dort ausgehend bietet die geschärfte Begriffsarbeit der letzten Jahre, die das dynamisch, relationale Affektgeschehen in den Mittelpunkt stellt (z. B. Slaby, Mühlhoff, & Wüschner, 2016; von Scheve, 2017), ertragreiche konzeptionelle Grundlagen für die Kommunikationswissenschaft als empirische Sozialwissenschaft. Grundlegend für diese von uns vorgeschlagene Konzeption sind einerseits *philosophisch-kulturwissenschaftliche Ansätze* (Kap. 3.2), welche den Affekt epistemologisch-konzeptionell als Relationalität und Prozessdynamik fassen, die wir für die Analyse audiovisueller Medienangebote nutzbar machen wollen (Blackman & Venn, 2010; Clough, 2000, 2007; Gregg & Seigworth, 2010), und andererseits *sozialwissenschaftliche Konzepte*, welche für die empirische Untersuchung von affektiven Praktiken (Kap. 3.3) in spezifischen alltagsweltlichen Situationen plädieren und somit auf Rezeptions-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

situationen und -praktiken anwendbar erscheinen (insb. Wetherell, 2012; Penz & Sauer, 2016; Reckwitz, 2017).

Zur Exemplifizierung dieser affekttheoretischen Themen konzentrieren wir uns primär auf audiovisuelle Medienangebote bzw. das Medium Fernsehen als wichtige Formen der alltäglichen Her- und Ausstellung von Affekten. Diese Betrachtung erlaubt zugleich weiterführende Überlegungen bspw. zur Bedeutung affektiver Dynamiken bei der Zirkulation von Medientexten auf digitalen Plattformen.

2. Medien – Emotionen – Affekte: Theoretische Forschungsperspektiven auf Medienrezeption und Medientexte

2.1 Rezeptionsbezogene Perspektiven

In der Rezeptions- und Wirkungsforschung findet bereits seit Beginn des 20. Jahrhunderts eine Beschäftigung mit Emotionen und Stimmungen statt, jedoch hat sich die Forschung erst in den siebziger und achtziger Jahren des letzten Jahrhunderts verstärkt dem Thema zugewandt (Nabi, 2009, S. 206; Schramm & Wirth, 2006).

Die Beschäftigung mit Rezeptions- und Wirkungsphänomenen findet vor allem in der Medienpsychologie und der Kommunikationswissenschaft statt. Das lässt sich unter anderem an den zahlreichen deutschsprachigen und internationalen Einführungs- und Überblicksdarstellungen ablesen (z. B. Döveling, von Scheve, & Konijn, 2011; Konijn, 2013; Nabi, 2009; Schramm & Wirth, 2006; Wirth & Schramm, 2005). Sie drückt sich auch darin aus, dass einschlägige Lehr- und Handbücher der Rezeptions- und Wirkungsforschung den Emotionen, Affekten und Stimmungen größere Aufmerksamkeit widmen (u. a. die entsprechenden Schwerpunkte und Kapitel in: Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015; Bryant & Oliver, 2009; Schweiger & Fahr, 2013; Wünsch, Schramm, Gehrau, & Bilandzic, 2014).

In der Rezeptions- und Wirkungsforschung ist oft von Affekten (*affects*) die Rede, allerdings wird der Begriff hier nicht in gleicher Weise gebraucht wie in den *affect studies*. Wie verschiedene Bestandsaufnahmen feststellen, wird Affekt mit Blick auf Rezeptions- und Wirkungsphänomene zumeist als Überbegriff für anhaltende emotionsbezogene Zustände verwendet (z. B. Barlett & Gentile, 2011, S. 60–61; Konijn, 2013, S. 190; Wirth, 2014, S. 29–30). Konijn (2013, S. 190, Herv. im Orig.) beschreibt diese weite Begriffsverwendung wie folgt:

> *affect* is usually reflected in varying degrees of pleasure–displeasure, or positive–negative, as well as (de)arousal or (de)activation. Affect usually covers various concepts such as moods, feelings, and emotions.

Teilweise bezeichnet Affekt im engeren Sinne nur eine besonders starke und kurze emotionale Episode resp. die Erregungskomponente von Emotionen (Vogel, 2007, S. 136; Wirth, 2013, S. 229) oder der Begriff wird – insb. in der englischsprachigen Literatur – synonym für Emotion und Stimmung genutzt (Barlett & Gentile, 2011, S. 60; Vogel, 2007, S. 136; Wirth, 2013, S. 229). Grundlegend differenziert die Forschung zwischen den Begriffen Stimmung und Emotion. Unter *Stimmungen* werden eher diffuse, längerfristige und schwache Gefühlszustände gefasst:

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

> *Mood* is often applied to an enduring affective state, characterized by being global and not clearly elicited by an external event. Moods are not felt as motivated by inner drives related to situational demands. (Konijn, 2013, S. 190, Hervorh. i. O.)

In Abgrenzung dazu gelten Emotionen als stärker, kürzer andauernd und sie haben einen klaren Objektbezug (Konijn, 2013, S. 190). Als *Emotionen* werden in dieser Forschungstradition komplexere Zustände (wie Angst, Freude, Traurigkeit etc.) bezeichnet, die kognitive wie körperliche Reaktionen umfassen (z. B. Scherer, 2005).

Insgesamt greift die Rezeptions- und Wirkungsforschung zu Medien und Emotionen vorrangig auf Emotionstheorien der Psychologie zurück. Einer Einteilung von Schramm und Wirth (2006) folgend lassen sich zentrale Gruppen von Emotionstheorien benennen, welche evolutionspsychologische, physiologische oder kognitive Komponenten und Aspekte von Emotionen in den Mittelpunkt der Theoriebildung und empirischen Forschung stellen (für eine andere Einteilung: Bartsch & Hübner, 2004).

Evolutionspsychologische Emotionstheorien spielen in der Medienpsychologie und der Kommunikationswissenschaft die vergleichsweise geringste Rolle (im Überblick Schwab, 2007; Schwab & Schwender, 2011; Sherry, 2004; Wirth, 2014). Evolutionäre Ansätze sind in hohem Maße von den Arbeiten Charles Darwins sowie Paul Ekmans inspiriert und fokussieren die Frage, welchen evolutionären Nutzen Emotionen für den Menschen und seine Anpassung an die Umwelt haben. Emotionen werden in dieser Denktradition als universelle und angeborene Phänomene konzipiert, wobei vor allem Verhaltensweisen und mentale Prozesse untersucht werden (z. B. Ohler & Nieding, 2006; Schwender, 2006). Emotionsbezogene Verhaltensweisen und das Emotionserleben vor, während und nach der Medienrezeption werden als weitgehend universell verstanden, wobei auch "Umwelteinflüsse" und "Reifungsphänomene" (Schwab, 2007, S. 141) das Verhalten und mentale Zustände beeinflussen können.

Psychophysiologische Emotionstheorien stellen Körpervorgänge in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses: Grundlegend ist dabei die Annahme, dass Emotionen mit zentralnervösen, vegetativen und muskulären Prozessen einhergehen (im Überblick: Fahr & Hofer, 2013; Kempter & Bente, 2004; Potter & Bolls, 2012). Psychophysiologische Emotionstheorien haben in der Medienpsychologie eine lange Tradition. In diesen Ansätzen wird die physiologische Erregung von menschlichen Körpern als Indikator für Stimmungen, das emotionale Erleben und emotionsauslösende Wirkungen von Medien herangezogen (z. B. Kempter & Bente, 2004, S. 280–283). Es wird davon ausgegangen, dass Emotionen erlebt werden können, weil durch einen erregenden Reiz (*arousal*) bestimmte körperliche (Mimik, Gestik etc.) und viszerale (Nervensystem) Reaktionen auftreten, wobei durchaus auch kognitive Prozesse eine Rolle spielen (Wirth, 2014, S. 31–32). In der psychophysiologischen Rezeptions- und Wirkungsforschung werden dann beispielsweise die Hautleitfähigkeit, die Herzschlagfrequenz oder die Atmung der Rezipierenden gemessen, um Stimmungsverläufe der Zuschauenden bei der Mediennutzung zu analysieren (z. B. Bryant & Zillmann, 1984). Emotionen und Stimmungen basieren in dieser Sicht auf angeborenen Grundlagen und lassen sich als am/im Körper messbare Zustände erfassen. Solche Ansätze setzen den Körper der

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Zuschauenden als biologisch gegebene Entität voraus, am individuellen menschlichen Körper lassen sich innere emotionale Reaktionen, Stimmungen und Befindlichkeiten messen.

Kognitiven Emotionstheorien kommt aktuell die größte Relevanz in der Medienpsychologie und der Kommunikationswissenschaft zu. Die sog. Einschätzungs-, Bewertungs- oder Appraisal-Theorien gehen davon aus, dass subjektiv als bedeutsam eingestufte Ereignisse und Erlebnisse bestimmte Emotionen auslösen können (im Überblick Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015, S. 91–110; Schramm & Wirth, 2006; Wirth, 2014). Emotionen werden verstanden als Effekte kognitiver Einschätzungen und Bewertungen, sie sind auf Objekte bezogen und können durch externe (etwa Medienangebote) und interne (etwa Erinnerungen) Auslöser entstehen (z. B. Frijda, 1986; Scherer, 1998). Für die Rezeptions- und Wirkungsforschung bedeutet dies, dass das subjektive Erleben von Emotionen bei der Medienrezeption und emotionsbezogene Medienwirkungen immer als Resultate eines Bewertungs- und Interpretationsprozesses durch ein Individuum zu begreifen sind. In diesem Prozess beurteilen die Zuschauenden mediale Objekte, Ereignisse und Situationen beispielsweise im Hinblick auf ihre Neuartigkeit, ihre Relevanz etc. (z. B. Mangold, Unz, & Winterhoff-Spurk, 2001). Typischerweise tritt der Köper in diesen Ansätzen in den Hintergrund und wird oft ganz ausgeblendet. Emotionen werden hier primär als kognitiver Zustand konzipiert.

In der Kommunikationswissenschaft liegen auch integrative Ansätze vor, welche diese und weitere Emotionstheorien und Forschungsdisziplinen verbinden und zusätzliche Bedingungen und Kontexte thematisieren, unter denen Emotionen und Meta-Emotionen in Rezeptionsprozessen entstehen können. So diskutieren Bartsch und Hübner (2004) verschiedene Emotionskonzepte und definieren davon ausgehend emotionale Kommunikation als einen Prozess, der sich aus verschiedenen Elementen zusammensetzt: „der wechselseitigen Aktivierung emotionaler Gehirnsysteme“, „des Informationsaustauschs über kognitive Bewertungen“, der „wechselseitigen Aktivierung emotionaler Skripts“ und „des sozialen Aushandelns von Emotionen mithilfe von Zeichen“ (Bartsch & Hübner, 2004, S. 304–305). Im Bereich der Unterhaltungsforschung hat Früh (2002, 2003) mit der triadisch-dynamischen Theorie der Unterhaltung (TDU) – anschließend an den dynamisch-transaktionalen Ansatz (Früh & Schönbach, 1982) – eine kommunikationswissenschaftliche Unterhaltungstheorie vorgelegt. Die TDU definiert Unterhaltung als Makroemotion und interessiert sich vor allem für die Entstehung des Unterhaltungserlebens in Kommunikationsprozessen. Das Modell des triadischen Fittings (Früh, 2002) macht deutlich, dass das Unterhaltungserleben in einem Zusammenspiel aus individuellen Faktoren der Rezipierenden, den sozialen und situativen Kontexten und den Medienangeboten entsteht.

Zusammengefasst eint die genannten Emotionstheorien zunächst, dass sie eine Messung der Effekte von Medienangeboten auf ihre Publika in den Vordergrund stellen und Emotionen und Stimmungen im und am Individuum lokalisieren. Emotionen werden hier charakteristisch – und in Differenz zu den *affect studies* – primär als individuelle, inner-psychische und individuell-körperliche Vorgänge konzeptualisiert, die im Wesentlichen als Bestandteil kognitiver Verarbeitungsprozesse gefasst werden. Sie sind als authentische Reaktionen und Ausdrücke eines

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Individuums und als Effekt eines biologisierten oder naturalisierten Körpers/Geistes konzeptualisiert und werden als universelle Muster verstanden. Bei den medienpsychologischen Ansätzen sind dann nicht der spezifische Medientext, die Rezeptionssituation, gesellschaftliche Diskurse und Positionierungen oder gar deren Relationalität für die Hervorbringung von Emotionen zentral, sondern das subjektive (kognitive, körperliche) Erleben, Verarbeiten und Bewerten von Medienangeboten durch die Rezipierenden. Indes bieten die integrativen Ansätze der Kommunikationswissenschaft einige Anknüpfungspunkte für unsere Herangehensweise, aber auch Differenzen zu einem solchen Ansatz, der Affekte als sozial-relationales Phänomen medialer Kommunikation definiert.

2.2 Medientextbezogene Perspektiven

Neben der Rezeptionsforschung spielt die Auseinandersetzung mit Emotionen auch in der Analyse audiovisueller Medienangebote eine Rolle. Dabei werden im Rahmen unterschiedlicher Forschungsrichtungen, von denen hier inhaltsanalytische Ansätze der Kommunikationswissenschaft und filmtheoretische Zugänge vorgestellt werden, narrative und ästhetische Mittel audiovisueller Medientexte[2] analysiert, die bei Zuschauer_innen Emotionen und Affekte hervorrufen können.

In der Kommunikationswissenschaft setzen sich inhaltsanalytische Zugänge vor allem mit emotionalisierenden Mustern audiovisueller Medientexte auseinander. Unter „Emotionalisierung" wird in der Regel die Präsentation emotional konnotierter Themen, die explizite Darstellung menschlicher Emotionen und die Emotionalisierung durch die formale Struktur des Medientextes verstanden (Wegener, 2001, S. 141). Als emotionalisierende Gestaltungsmittel werden die Betonung von Konflikten, Gewalt und Actionszenen, die Inszenierung von Schockeffekten und Tabubrüchen, eine formale Beschleunigung und Verdichtung, Polarisierung und Distinktion, Sexualisierung, sprachliche Emotionalisierung, Übertreibungen und irreführende Dramaturgie sowie vermehrter Musikeinsatz genannt (Bente & Fromm, 1997, S. 20; Lünenborg, Martens, Köhler, & Töpper, 2011; Mangold, 2004, S. 533–534; Winterhoff-Spurk, 2005). Affekte werden dabei nicht explizit thematisiert. So geht es beispielsweise auch Bente und Fromm (1997) in ihrer Studie zum „Affektfernsehen" weniger um eine Präzisierung des Affektbegriffs, vielmehr dient er ihnen als (eher unscharfe) Genrebezeichnung. Unter „Affektfernsehen" fassen sie im weitesten Sinne frühe Formen des Reality

2 Unter audiovisuellen Medientexten verstehen wir Bewegtbilder im weitesten Sinne, die durch unterschiedliche Medien, Plattformen und Technologien, wie z. B. Fernsehen, Kino, Internet, Mobiltelefon verbreitet werden können. Dabei kann davon ausgegangen werden, dass grundlegende Annahmen und theoretische Modelle sowohl für Kinofilme als auch für Filme gelten, die im Fernsehen laufen oder auf dem Smartphone angesehen werden. Zugleich macht es einen Unterschied, ob Filme in der U-Bahn, im heimischen Wohnzimmer oder im Kinosaal angesehen werden. Neben Rezeptionsmodalitäten sind auch unterschiedliche Zeitdauer und Ausstrahlungsrhythmen einzelner Gattungen bedeutsam. Im Gegensatz zum Kinofilm kennzeichnet Fernsehserien beispielsweise eine andere raum-zeitliche Ordnung. Dabei muss berücksichtigt werden, dass die für Fernsehserien charakteristische zeitlich ausgedehnte Narration eine andere emotionale Beziehung der Zuschauer_innen zu den Charakteren erzeugt als ein Kinofilm (Bruun Vaage, 2014; Nelson, 2016).

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

TV wie Talk-, Beziehungs-, Spielshows und Suchsendungen mit Themen wie Liebe, Verlust, Tod, Krankheit oder Sexualität.

Neben diesen inhaltsanalytischen Betrachtungen beschäftigen sich experimentelle Studien explizit mit dem Einfluss einzelner formaler Mittel, wie beispielsweise Farbe, Schnittfrequenz oder Kameraperspektiven als Emotionsauslöser (als Übersicht Detenber & Lang, 2011). Dabei wird davon ausgegangen, dass durch formale Mittel erzeugte Emotionen Einfluss auf die Erregung und Aufmerksamkeit von Zuschauer_innen sowie auf ihre Erinnerung an Medieninhalte haben (Lang, Park, Sanders-Jackson, Wilson, & Wang, 2007; Lang, Zhou, Schwartz, Bolls, & Potter, 2000). Im Rahmen dieser Studien werden Emotionen als dimensionale Konstrukte verstanden, die eine erfahrungsbezogene, eine verhaltensbezogene sowie eine physiologische Komponente haben (Detenber & Lang, 2011, S. 278) und damit auch körperliche Affekte umfassen. Ausgehend von einem Stimulus-Response-Modell wird dabei die Wertigkeit emotionalisierender Stimuli gemessen. Die kontextuelle Einbettung ästhetischer und narrativer Elemente bleibt dabei jedoch häufig unberücksichtigt, was vor allem auch im Forschungsfeld der Visuellen Kommunikation kritisiert wird (Kappas & Müller, 2006, S. 18; Müller & Kappas, 2011, S. 314).

Filmtheoretische Zugänge versuchen indes, das Zusammenspiel unterschiedlicher stilistischer Mittel zu erfassen. Unter Emotionen werden dabei objektbezogene, strukturierte Zustände verstanden, an denen sowohl Kognitionen als auch körperlich-physiologische Veränderungen Anteil haben (Plantinga & Smith, 1999, S. 2). Die Übertragung von Begriffen und Theorien der kognitiven Psychologie und kognitiver Emotionskonzepte der Kommunikationswissenschaft in die Filmwissenschaft ist hier offensichtlich (vgl. hierzu auch Bartsch, Eder, & Fahlenbrach, 2007), wozu insbesondere auch die Arbeiten von Tan (1996) beigetragen haben.

Innerhalb filmtheoretischer Zugänge haben sich in Bezug auf das Affektverständnis unterschiedliche Konzepte entwickelt. Dabei erklären *psychoanalytische Zugänge* durch audiovisuelle Medientexte hervorgerufene Affekte der Zuschauer_innen mittels unbewusster, psychosexueller Prozesse, die das visuelle Vergnügen auf körperlicher Ebene beeinflussen. So verweist Williams (1991) auf das Melodram, den Horrorfilm und die Pornografie als „body genres", die gekennzeichnet sind durch einen jeweils spezifischen Umgang mit Zeitlichkeit und exzessives Zurschaustellen unkontrollierbarer Affekte, die bei Zuschauer_innen körperliche Reaktionen hervorrufen können. Dabei ist die Annahme eines unbewussten Zusammenhangs zwischen Gender, Sexualität und Verstörung oder Vergnügen während der Rezeption grundlegend für psychoanalytische Zugänge (Stadler, 2014, S. 3).

Vertreter_innen der *kognitiven Filmtheorie* kritisieren an psychoanalytischen Zugängen, dass sie zu sehr unbewusste Prozesse und Triebe betonen und Emotionen dabei vernachlässigen. Emotionale Prozesse der Filmrezeption sollten stattdessen detailliert beschrieben und die Interaktion zwischen Emotionen und Affekten in den Vordergrund gerückt werden (Plantinga & Smith, 1999, 2–13). Besondere Bedeutung wird hierbei Konzepten der Empathie zugeschrieben, die die Wirkung von Medien vor allem an den repräsentierten Figuren und ihren Handlungen festmachen (Hagener & Vendrell Ferran, 2017). Dabei beziehen sich insbesondere Formen der somatischen Empathie (Brinckmann, 1999; Hanich,

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

2011) und der „affective mimicry" (Smith, 1995) auf vorbewusste körperliche Zuschauerreaktionen. Konzepte der Empathie konnten dabei durch Arbeiten der „embodied simulation theory" und neuere Erkenntnisse über Spiegelneuronen erweitert werden, die insbesondere für biologistisch fundierte Ansätze der Filmtheorie bedeutsam sind (Gallese & Guerra, 2012; Grodal, 2009; Smith, 2010). An diesen Konzeptualisierungen von Empathie wird jedoch kritisiert, dass mit einem solchen Verständnis der Entstehung affektiver Phänomene vorrangig in der Bindung an mediale Figuren nur ein begrenzter Ausschnitt affektiver Dynamiken erfasst wird (Kappelhoff & Bakels, 2011, S. 81; Lehmann, 2017, S. 15;).

Smith (2003) bezieht sich daher im Rahmen seines „mood-cue-approachs" auf einen weiter gefassten Affektbegriff. Dabei nimmt er an, dass Filme nicht durchgängig Emotionen darstellen, sondern diffuse *Stimmungen* erzeugen, die einzelne emotionale Episoden vorbereiten. Sogenannte „cues", also formal-ästhetische Elemente, die die Rezeption der Zuschauer_innen steuern können, spielen darin eine bedeutende Rolle. Stimmung ist dabei nicht zwangsläufig an Objekte gebunden, sondern entsteht im Kontext assoziativer Netzwerke. Plantinga (2009) versucht ebenfalls, den Emotionsbegriff weiter zu fassen und nutzt dazu Annahmen der Psychoanalyse, der kognitiven Psychologie und neuropsychologischer Arbeiten über Spiegelneuronen. Am Begriff der Stimmung kritisiert er jedoch dessen ungenaue Definition (Plantinga, 2014, S. 143). So wird *Stimmung* häufig als metaphorische Beschreibung genutzt oder auch als „sensuous affective background" (Sinnerbrink, 2012, S. 152) beschrieben. Der Begriff der Stimmung weist dabei Ähnlichkeiten zu „existential feelings" auf, worunter körperlich gefühlte Verhältnisse zur Welt beschrieben werden, wie beispielsweise sich lebendig oder isoliert zu fühlen (Eder, 2016, 2017a). Im Unterschied zur Stimmung können „existential feelings" kurz und intensiv sein. Sie lassen sich so als prä-intentionale Körpergefühle, als Möglichkeitsräume sowie als gefühlte Verhältnisse zur Welt, auch in Bezug auf temporale Veränderungen, präziser fassen (Eder, 2016, S. 78). Damit wird auch der besondere Zusammenhang von Zeitlichkeit, Bewegung, Musik und Affekt deutlich (hierzu auch Angerer, Bösel & Ott, 2014; Bakels, 2017; Feagin, 1999; Kappelhoff, 2007) sowie Ähnlichkeiten und Verbindungen zwischen phänomenologischen und kognitionswissenschaftlichen Ansätzen der Filmtheorie (Eder, 2016; Plantinga, 2009).

Während kognitive Ansätze stärker objektbezogene, subjektiv erfahrene, körperliche Reaktionen von Zuschauer_innen auf mediale Bewegtbilder in den Blick nehmen, richten *phänomenologische Ansätze* ihre Aufmerksamkeit auf die Verschränkung zwischen subjektiver und objektiver Perspektive in und durch audiovisuelle Medientexte. Audiovisuelle Darstellungen werden dabei als Wahrnehmungserleben eines anderen Körpers verstanden, das wiederum durch den Körper der Zuschauer_innen physisch-sinnlich erlebbar wird. So verweist Sobchack (1988) auf die Bedeutung des Kamerablicks als verkörperte Wahrnehmung des Fremden. Die Betonung der Materialität, die Zuschauerkörper direkt und affektiv berühren kann, wird dabei als Überwindung der Begrenzungen jener repräsentationalen und semantischen Analysen von Medientexten betrachtet, die primär Verstand und Bewusstsein der Zuschauer_innen adressieren. So analysiert Marks (2002), wie mediale Texte durch taktile Oberflächen „haptische Visualität" entwickeln und da-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

durch Affekte bei Zuschauer_innen hervorrufen können. Damit rücken auch Arbeiten zu Phänomenen der Atmosphäre (z. B. Brunner, Schweinitz, & Tröhler, 2012), des Raums (z. B. Kappelhoff, 2007) und Synästhesien (z. B. Curtis, Glöde, & Koch, 2010) ins Zentrum der Analyse, um die mediale Herstellung von Affekten zu erfassen. Der Affektbegriff phänomenologischer Zugänge greift dabei wesentliche Aspekte der *affect theory* auf. Auch der relationale Charakter von Affekten und damit ihr Vermögen zwischen Körpern – menschlichen wie nicht-menschlichen, z. B. Medientechnologien – wirksam zu werden, hat hier vereinzelt ebenfalls Resonanz gefunden. So können nach Shaviro (2010) Medien vor dem Hintergrund zunehmender Digitalisierung als „affective maps" (Shaviro, 2010, S. 3–4) verstanden werden, die transpersonal, relational und virtuell nicht nur spezifische einzelne, sondern mehrere Körper betreffen und miteinander verbinden können.

Zusammengefasst differenzieren die jeweiligen textbezogenen Zugänge zwischen den Begriffen Emotion, Affekt und Stimmung. Während Emotionen dabei weitestgehend übereinstimmend mit einem Objektbezug verbunden sind, wird der Begriff des Affekts sehr unterschiedlich definiert, wahlweise als allgemeiner Begriff, der mit Emotionen austauschbar ist, als körperliche Dimension von Emotionen oder als Genrebezeichnung für bestimmte Sendungen, die in besonderer Weise emotionalisierende Stilmittel einsetzen. Anknüpfungspunkte an affekttheoretische Annahmen bieten vor allem filmwissenschaftliche Ansätze, die versuchen, affektive Phänomene der Zuschauer_innen nicht allein an die repräsentierten Figuren zu binden, sondern auch objektlose Stimmungen einzubeziehen. Grundsätzlich rückt in dieser Forschungsperspektive nicht der/die empirische Zuschauer_in in den Blick, sondern das in das filmische Material eingeschriebene *Potenzial* zur Affizierung des Publikums. Dabei sind vor allem solche Zugänge von Interesse, die Fragen der Materialität, Temporalität und Prozessualität audiovisueller Medientexte berücksichtigen und damit Filmerfahrung als transpersonal konzeptualisieren. Insbesondere das Verhältnis zwischen Intensitäten und Temporalität verdient hierbei jedoch weitere systematische Berücksichtigung, ebenso wie die Frage, wie durch audiovisuelle Medientexte affektive Formen der Zugehörigkeit hervorgerufen werden können.

3. Körper – Macht – Gesellschaft: Forschungsperspektiven kultur- und sozialwissenschaftlicher *Affect Studies*

In den *affect studies* haben sich mittlerweile eine Fülle unterschiedlicher Ansätze und Strömungen formiert, die sich in ihrer Definition des Affekts und der Abgrenzung zwischen Affekt und Emotion stark unterscheiden. Bereits in ihrer Einleitung des *Affect Theory Readers* betonen Seigworth und Gregg (2010), die sozial- und kulturwissenschaftlichen *affect studies* hätten sich so weit ausdifferenziert, dass es unmöglich sei, einen erschöpfenden Überblick zu geben. Um hier sichtbar zu machen, welches Potenzial die *affect studies* für ein kommunikationswissenschaftliches Verständnis medial-kommunikativer Prozesse haben, werden wir in drei Schritten vorgehen. Als Ausgangspunkt dienen die Cultural Studies, die bereits in den 1970er Jahren begonnen haben, affektive Dynamiken analytisch in

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

den Blick zu nehmen. Wir führen hier begriffliche Grundlegungen ein und diskutieren dabei ausgewählte Arbeiten. Von dort ausgehend unterscheiden wir einerseits *philosophisch-kulturwissenschaftliche Ansätze* zur Analyse der Affektivität audiovisueller Medientexte und andererseits *sozialwissenschaftliche Konzepte* zur Analyse von Rezeptionsprozessen als affektive Praktiken.

3.1 Ansätze der Affektforschung in den Cultural Media Studies

Den Cultural Studies liegt ein fundamental sozial und kulturell konturierter Emotionsbegriff zugrunde. Emotionen prägen und konstituieren Sozialität und Kultur, zugleich sind Regeln und Äußerungen des Emotionalen durch soziale und kulturelle Formationen figuriert (als Übersicht Harding & Pribram, 2009a). In dieser Weise sind Emotionen stets auch Ausdruck von Macht- und Ungleichheitsverhältnissen: Scham, Stolz oder Angst werden nicht als universell, sondern als historisch gebunden, in sozialer Interaktion machtvoll ausgehandelt verstanden. An der Schnittstelle zwischen Sozialität und Individualität entwickeln Emotionen Wirksamkeit, da sie individuelle wie gemeinschaftliche Identitäten wechselseitig konstituieren. Weniger elaboriert als das Emotionsverständnis ist der Affektbegriff der Cultural Media Studies. Doch auch hierzu liegen zentrale Arbeiten vor, welche die aktuell geführten Affekt- und Körperdebatten grundlegend prägen. Bereits 1977 führte Williams sein Konzept der „structures of feeling" als grundlegendes emotions- und affekttheoretisches Konzept der Cultural Studies ein, auf das seitdem vielfältig Bezug genommen wird (Williams, 2015). Mit „structures of feeling" bezeichnet er die Relation zwischen institutioneller Ordnung als struktureller Begrenzung und den emergenten Formen sozialer und kultureller Interaktion als gelebter Praxis. Ursprünglich auf die Analyse literarischer Formen (und ihren Wandel) fokussiert, wurde „structures of feeling" von Williams selbst und zahlreichen Vertreter_innen der Cultural Studies weit darüber hinaus verstanden als Perspektive zur Analyse der Möglichkeiten gesellschaftlichen Wandels. Williams geht es darum, jenes Moment des Dynamischen zu erfassen, das dem Sozialen als formierter Struktur vorausgeht. Mit dem widersprüchlichen Begriffspaar von *Struktur* und *Gefühl* schafft Williams eine Formel, die das Verhältnis von Struktur und Agency, Determinierung und Autonomie, Objekt und Subjekt erfasst, ohne es auf dichotome Gegensätzlichkeit zu reduzieren.

> We are talking about characteristic elements of impulse, restraint, and tone; specifically affective elements of consciousness and relationships: not feelings against thought, but thought as felt and feeling as thought (Williams, 2015, S. 23).

Das Konzept der ‚Gefühlsstruktur' sucht nach dem Movens des Symbolischen, das strukturelle Veränderungen des Sozialen und Materiellen zum Ausdruck bringt.

Hier setzt Grossberg an, der bereits in den 1980er Jahren den Affekt-Begriff in die Cultural Studies eingeführt hat (Grossberg, 1988). In Ergänzung zum Fokus auf die Analyse von Bedeutung und Repräsentation in Medientexten plädiert er für die Analyse affektiver Dynamik als einer spezifischen Kraft, durch die Macht hergestellt und ausgeübt wird. Grossberg – nahe am später entwickelten Verständnis Massumis (2002) – versteht als Affekt eine Energie, Intensität und hand-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

lungsmotivierende Kraft, die menschliche Interaktion, Praktiken und Identitäten ursprünglich prägen. „Affect, then, becomes one of the means, by which power is constituted, mobilized, circulated, and performed." (Harding & Pribram, 2009b, S. 17) Der Affekt als solcher wird hier nicht-repräsentational verstanden und unterscheidet sich damit von Emotionen.

Auch Fiskes (2001a; i. O. 1993) Konzept von ‚Lust/Vergnügen' (pleasure) verweist auf Dimensionen des Affektiven und des Körperlichen, die über die Auseinandersetzung um Bedeutung und Diskurs hinausreichen. Bereits in den vielfältig diskutierten Begriffspaaren „pleasure and meaning" (O'Connor & Klaus, 2000) sowie „pleasure and resistance" (Müller 1993) steckt diese Spannweite. Anknüpfend an de Certeaus (1988) Verständnis taktischer Aneignung als Basis des Alltagslebens verortet Fiske das Vergnügen (pleasure) an der Schnittstelle zwischen Kulturindustrie und Alltagsleben in der aktiven Aneignungsweise populärkultureller Medientexte durch ‚die Leute'. So *entstehen* populärkulturelle Texte überhaupt erst im Prozess der aktiven und zumeist widersprüchlichen Aneignung durch ihr Publikum. Mit dem Konzept des Vergnügens steht ein analytischer Rahmen bereit, um Relationen zwischen Medien (verstanden als Text, als Institution sowie als Technologie) und den Körpern des Publikums als Ort der Aneignung systematisch zu erfassen.[3] Dabei umfasst das Vergnügen kognitive wie affektive Facetten, die in Anlehnung an Barthes als *plaisir* und *jouissance* unterschieden werden (Barthes, 1974). Während Erstere als intellektuelles Vergnügen gefasst werden, lassen sich Letztere als körperlich erlebte Entgrenzung und als Exzess beschreiben. Die *affect studies* knüpfen an genau jene Dimensionen des Rezeptionsvorgangs an und suchen zugleich, die dargestellte dualistische Beschreibung zu überwinden. Fiske (2001a, i. O. 1993) betrachtet dabei in besonderer Weise die *körperliche Dimension* dieses Vergnügens. Der Körper als Ort der Kontrolle, der Disziplinierung, aber auch des Exzesses ist für ihn Gegenstand der Analyse populärkultureller Texte und Praktiken (Fiske, 2001b, i. O. 1992). Demgegenüber konzentriert sich die umfangreiche empirische Forschung zum Vergnügen der Rezeption populärer Medienangebote weitestgehend auf deren sprachliche Artikulation durch Mediennutzer_innen (als Überblick O'Connor & Klaus, 2000). Erfasst wird auf diese Weise überwiegend das kognitiv verarbeitete Erinnern an emotionales Erleben durch die Befragten. Empirisch spielt dagegen der Körper als Ort der Aushandlung von Bedeutung in der Cultural Studies-orientierten Medienforschung, die von John Fiske inspiriert ist, nur selten eine Rolle.

Einen affekttheoretischen Zugang eröffnet schließlich das Konzept der Subjektivität oder der Subjektivierung, das in der psychoanalytisch geprägten Tradition der Cultural Studies Bedeutung gewonnen hat. Insbesondere in den Arbeiten von Walkerdine (1997, 2006, 2011) spielt das Konzept der Subjektivierung eine zentrale Rolle, das die Autorin in ihren feministischen Medienanalysen auch auf die Analyse der Affekte der Forschenden selbst anwendet. Damit begreift sie Affekte

3 Mit diesem Konzept des Vergnügens als körperlicher Erfahrung, die Affirmation und Widerständigkeit zugleich beinhaltet, reicht das Verständnis der Cultural Studies über jene in der Kommunikationswissenschaft als ‚Meta-Emotion' verstandene Form der Unterhaltung hinaus (vgl. Abschnitt 2.1).

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

stets als relational hergestellt – auch in der Relation zwischen Forschenden und ihren Forschungssubjekten. An diese Überlegungen anknüpfend plädiert Hipfl (2012) in differenzierter Auseinandersetzung mit zentralen Strömungen der *affect studies* für einen „affektiv-performativen Zugang" in der Medienanalyse. In Fortschreibung macht- und hegemoniekritischer Arbeiten der Cultural Studies sieht sie das Potenzial affekttheoretischer Zugänge in der Analyse von Subjektivierungsprozessen, die auf unmittelbar körperlicher Ebene wirksam werden.

Hier schließen *neuere kulturwissenschaftliche Arbeiten* zum Verhältnis von Affekt und Medien an. Affekte werden dabei als „Schnittpunkte" zwischen Zuschauer_innen, Medium und anderen Zuschauer_innen betrachtet (Kavka, 2008). Die Herstellung von Affekten in Medien kann dabei der Unterscheidung zwischen dem „Wir" und den „Anderen" dienen, Affekte können jedoch auch dazu beitragen, eben diese Differenzen zu kaschieren (Hirdman, 2016; Skeggs, 2009). Körper werden dabei nicht als feststehende, statische Einheiten betrachtet, sondern deren ständige Transformation und Neuorganisation soll analytisch erfasst werden (Coleman, 2013). In diesem Zusammenhang verweisen die theoretischen Konzeptionen auf spezifische Affekte wie Scham (Hirdman, 2011; Probyn, 2005) oder Intimität (Kavka, 2008) und betonen die Aspekte der Unmittelbarkeit und Nähe, mittels derer affektive Intensität hergestellt wird. Die weitestgehend theoretisch-konzeptionellen Ansätze verfolgen ein Affektverständnis, das zirkulierende, relationale Beziehungen und Transformationen zwischen Zuschauer(-körpern), Medientexten und Medientechnologien erfassen will. Es mangelt dabei jedoch weitestgehend an empirischer Operationalisierung und konkreten Befunden.

Zusammenfassend lassen sich in den Cultural Media Studies bereits frühe Auseinandersetzungen mit Affekten als Movens gesellschaftlicher Machtverhältnisse identifizieren, an die aktuelle Affekttheorien anknüpfen. Während der Körper als Ort der Sichtbarkeit von Affekten gefasst wird, liegen vergleichsweise wenige Arbeiten vor, die dies auch empirisch verfolgen. Die Relationalität von Affekt wird hier konsequent zugrunde gelegt und damit werden Fragen nach linearer Kausalität und Wirkung von Medien ersetzt durch Perspektiven einer Ko-Konstituierung von Subjekten und Medien(-technologien). Diese Ansätze bilden einen zentralen Ausgangspunkt für jene neueren philosophischen Arbeiten, die den relationalen Charakter von Affekt prägnanter in den Blick nehmen.

3.2 Philosophisch-kulturwissenschaftliche Ansätze der *Affect Studies*

Einige philosophisch-ontologische Auseinandersetzungen fassen den Affekt rein abstrakt als Intensität und Prozessdynamik (z. B. das Verständnis von Massumi, 1995, 2002) und lassen unberücksichtigt, wie sich Affizierung im kulturellen und sozialen Geschehen vollzieht. Ihnen wird daher vorgehalten, nur wenig Potenzial für die empirische Forschung zu eröffnen, da sie ihren Fokus mehr auf Theoriebildung und nicht auf eine ‚belastbare' empirische Analyse richten. Für die Kommunikationswissenschaft als empirische Sozialwissenschaft bietet es sich indes an, an solche Affektkonzepte anzuknüpfen, die das dynamisch relationale Affektgeschehen in den Mittelpunkt stellen und für die empirische Untersuchung dieses komplexen affektiven Geschehens in spezifischen alltagsweltlichen Situationen plädie-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ren (Penz & Sauer 2016; Slaby, Mühlhoff, & Wüschner, 2016; von Scheve, 2017). Während Emotionen in diesen Ansätzen kulturell geprägte Konzepte bezeichnen – wie Freude, Wut oder Angst, die sich aus individuellen Empfindungen und kulturellen Konzepten zusammensetzen und in die Ausdrucksformen, Verhaltensweisen, Klassifikationen und Wissensbestände einer Kultur und Gesellschaft einfließen,– werden Affekte als eine wesentlich unbestimmtere Intensität betrachtet. Sie lassen sich aber durchaus auf Emotionen beziehen oder können zumindest in diese überführt werden. Affekte und Emotionen sind in dieser Konzeption nicht das Gleiche, sie sind verschiedene Momente desselben Wirkungsgeschehens (Slaby, Mühlhoff, & Wüschner, 2016, S. 75). Im Rahmen dieser Arbeiten werden Affekte weniger *in* einzelnen *Akteuren* verortet als vielmehr zwischen ihnen im Rahmen eines sozial-relationalen Konstitutionsgeschehens (Slaby, Mühlhoff, & Wüschner, 2016, S. 70). Damit rücken Relationalität und Prozessualität ins Zentrum der Analyse medialer Kommunikation (Blackman & Venn, 2010; Clough, 2000, 2007). Da hierbei als Körper neben Menschen andere Lebewesen, Dinge und auch Technologien gefasst werden, ermöglicht eine solche affekttheoretische Perspektive, die Dynamik und Relationalität des Zusammenwirkens von (digitalen) Medientechnologien, (den Körpern der) Nutzer_innen und ihren Kontexten in den Blick zu nehmen. Aus solch einer affekttheoretischen Perspektive werden audiovisuelle Medientexte nicht vorrangig als Repräsentation vorherrschender Diskurse, sondern als ein relationales System betrachtet, das auf Begegnungen zwischen unterschiedlichen Körpern (human, non-human) beruht, die sich wechselseitig affizieren und affiziert werden (Clough, 2007). In den Fokus rücken damit zugleich die spezifischen Affektdynamiken von Medienangeboten, d. h. die Intensität, Temporalität und Rhythmik affektiver Elemente insbesondere in audiovisuellen Medientexten und deren Bestreben zur affektiven Lenkung des Publikums. Als „affect generators" (Reckwitz, 2017, S. 124) haben mediale Angebote ästhetische Strategien entwickelt, die Zuschauer_innen affizieren sollen und diese ästhetischen Strategien lassen sich aus affekttheoretischer Perspektive analytisch erfassen.

3.3 Sozialwissenschaftliche Ansätze der *Affect Studies*

Den dritten zentralen theoretischen Anknüpfungspunkt bilden sozialwissenschaftliche und hier speziell praxeologische Affekttheorien. Eine pragmatische Konzeptualisierung des Affekts richtet das Augenmerk auf dynamisch-relationale Praxen und plädiert gleichsam für eine empirische Nutzbarmachung des Affektbegriffs. In einer solchen Perspektive schlägt Wetherell (2012, 2015) „a concept of affective practice" vor:

> A practice approach positions affect as a dynamic process, emergent from a polyphony of intersections and feedbacks, working across body states, registrations and categorizations, entangled with cultural meaning-making, and integrated with material and natural processes, social situations and social relationships. (Wetherell, 2015, S. 139)

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Unter affektiven Praktiken fasst Wetherell situative Interaktionen, in denen Affekte körperlich-sinnlich und räumlich-materiell verortet werden können: „I see affective practice as a moment of recruitment and often synchronous assembling of multimodal resources, including, most crucially, body states." (Wetherell, 2012, S. 159) Wie Wetherell betont, werden Affekte zwischen Körpern wirksam wie auch im Körper wahrnehmbar. Dabei sind Affekte nicht auf rein körperliche Reaktionen zu reduzieren, sie werden immer körperlich und geistig wirksam und *bewegen* demnach im doppelten Wortsinn (Wiemer, 2006, S. 142).

Ein solches Verständnis, das den Fokus auf alltägliche Praktiken und den Körper lenkt, betrachtet *jegliche soziale Praktiken* als affektiv grundiert (Reckwitz, 2017). Reckwitz begründet dies mit den grundlegenden Eigenschaften von Praktiken: ihrer Motiviertheit und der Aufmerksamkeitslenkung. Eine Person tritt nicht mit einer inneren Motivation an eine Praktik heran, sondern die Motivation findet sich in der Praktik selbst. In diesem Sinne muss ein affektiver Reiz bestehen, damit wir überhaupt eine Praktik vollziehen. So wie affektiven Praktiken eine spezifische Motivation inhärent ist, so lenken sie auch die Aufmerksamkeit. Affekte werden in dieser Sicht nicht als vor-kulturell, vor-sozial oder autonom angesehen – wie beispielsweise in einigen philosophisch-kulturwissenschaftlichen Ansätzen (insb. Massumi, 1995). Vielmehr wird betont, dass Affekte immer in Zusammenhang mit Diskursen und sozialen Beziehungen stehen (Penz & Sauer, 2016; Reckwitz, 2017; Wetherell, 2012, 2015).

> An affective practice is a figuration where body possibilities and routines become recruited or entangled together with meaning-making and with other social and material figurations. It is an organic complex in which all parts relationally constitute each other. (Wetherell, 2012, S. 19)

Somit sind körperlich-affektive Praktiken immer sinnhaft ausgerichtet, da sie bestimmte Körper, Objekte oder Ideen mit Bedeutungen versehen, welche Reckwitz (2017) als Lust- und Unlusterregungen fasst (S. 118–123). Generalisierend gesprochen sind Affekte zentrales Movens menschlichen Handelns und so lässt sich der subjektive Sinn dieses Handelns durch seine affektive Grundierung verstehen.

Im Folgenden soll es um die Frage gehen, wie sich eine solche empirische, situative und gleichsam relationale Affektkonzeption für die Kommunikationswissenschaft nutzbar machen lässt. Es geht also um die Übertragung theoretischer Konzepte der *affect studies* in die Kommunikationswissenschaft.

4. Relationalität – Sozialität – Zugehörigkeit: Affekte als Analyseperspektive in der Kommunikationswissenschaft

4.1 Affizierungen durch Medientexte

Für die *Analyse von audiovisuellem Material* rückt der Fokus auf Affekte körperliche und materielle Aspekte in den Vordergrund. Eine affekttheoretische Perspektive macht dabei deutlich, dass audiovisuelle Medienangebote nicht nur oder vorrangig auf der Ebene von Repräsentationen und Bedeutungen Relevanz haben, sondern zugleich stets körperlich wirksam werden können. Dementsprechend gehen wir davon aus, dass im Rezeptionsprozess nicht nur wichtig wird, was in Be-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

wegtbildern erkennbar (re-)präsentiert wird, sondern dass die ästhetische Gestaltung auch Spannungen und Intensitäten, Flows und Brüche erzeugen kann, die das Rezeptionserleben des Publikums prägen. Der analytische Fokus liegt dabei auf der Frage, mit welchen Mitteln audiovisuelle Medien darauf abzielen, Zuschauer_innen auf körperlich-sinnlicher Ebene anzusprechen, welches *Affizierungspotenzial* also dem Medientext innewohnt. Um Strategien audiovisueller Affektlenkung empirisch analysieren zu können, bedarf es einer theoretischen Konzeptualisierung, bei der uns die folgenden vier Aspekte relevant erscheinen.

1. Ein relational gedachter Affektbegriff erfordert ein rezeptionsästhetisches Verständnis der Analyse, bei dem die ästhetischen und narrativen Elemente audiovisueller Medientexte hinsichtlich ihrer potentiellen Funktion für die Zuschauer_innen betrachtet werden (Mikos, 2008). Ausgehend von Deleuzes (1988) Interpretation des Affekts, als Vermögen von Körpern, andere Körper zu affizieren und affiziert zu werden, kann der ästhetischen Inszenierung damit *Affizierungspotenzial als spezifische Wirkmächtigkeit* zugesprochen werden. Es geht demnach um die Frage, welches Potenzial Medienangebote und Medientechnologien auf körperlicher Ebene der Zuschauer_innen entfalten können und zwar nicht im Sinne eines Reiz-Reaktions-Mechanismus, sondern im Zuge möglicher Handlungssteigerungen oder -minderungen – Erregung oder Gleichmut, Faszination oder Erschütterung –, die in unterschiedlichen Praxen deutlich werden. Der analytische Fokus wechselt damit von der Frage, was Fernsehsendungen (re-)präsentieren zur Analyse dessen, was sie potentiell bei den Zuschauenden anstoßen können und welche Formen – auch körperlich basierter – Vergemeinschaftung damit einhergehen (Coleman, 2013).

2. Um dieses Affizierungspotenzial differenziert und empirisch fundiert beschreiben zu können, sind medientextanalytische Verfahren sinnvoll. Dabei werden textanalytische Positionen sowie Betrachtungen des Affekts und der Körperlichkeit nicht als sich gegenüberstehende Oppositionen betrachtet, sondern als wechselseitig aufeinander bezogen. Um auch körperliche Phänomene angemessen empirisch nachvollziehbar analysieren zu können, bedarf es dazu jedoch einer Erweiterung des Textbegriffs. Aus affekttheoretischer Perspektive sind dabei die Begriffe *Prozessualität* und *Relationalität* von besonderer Bedeutung. Ästhetische und narrative Elemente werden demnach nicht als feststehende, statische Einheiten betrachtet, sondern die Analyse muss deren ständige *Transformation* berücksichtigen (Coleman, 2013) sowie ihr Zusammenspiel. Der analytische Fokus richtet sich demnach auf Systeme von Veränderungen, Verläufen, Bewegungen und Entwicklungen. Damit verbunden sind auch Fragen der *Temporalität* und *Intensität*, der Einsatz ästhetischer Elemente im Zeitverlauf, die Abfolge von Intensitäten über eine bestimmte Dauer, die Dynamik und Rhythmik ihres Wechsels, Momente der Verstärkung, Verminderung, Verzögerung oder Beschleunigung durch den Einsatz formal-technischer, ästhetischer oder narrativer Mittel. Analytisch relevant sind demnach die Anordnung, die Stärke und der zeitliche Verlauf, beziehungsweise die Gestaltung und Abfolge unterschiedlicher Intensitäten durch ästhetische und narrative Elemente, die darauf angelegt sind, die Zuschauenden in spezifischer Weise zu affizieren. Solch komplexe Konfigurationen und Prozesse bezeichnen wir als *affizierende Register*. Sie umfassen formal-ästhetische und inhaltlich-narrative Ele-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

mente (Breger, 2014). Ähnlich eines Registers in der Musik, geht es uns bei der Analyse *affizierender Register* demnach um wiederholt auftretende Ensembles inszenatorischer Elemente, die in ihrem Zusammenwirken Zuschauer_innen sinnlich-körperlich affizieren (sollen). Damit greifen wir einen spezifischen Aspekt des von Filmtheorien modellierten Gesamtzusammenhangs der Affektlenkung heraus, der empirisch zugänglich ist. Dabei nutzen wir das vorhandene analytische Instrumentarium der „affective cues" (Smith, 2003) und der „affective structure" (Eder, 2017b), innerhalb derer *affizierende Register* die Interaktion zwischen dargestellten Körpern (jeglicher Art) und Zuschauerkörpern analysieren. Wir fokussieren dabei auf die Bedeutung körperlicher Materialitäten: besonderes Augenmerk erfahren Momente der Transformation, ihre Zeitlichkeit, Intensität, Prozesshaftigkeit und Bewegungen als Momentum des Kontakts, Konflikts und/oder Austauschs zwischen audiovisuellem Medientext und Zuschauer_innen.

3. Der analytische Fokus auf das Prozessuale und Relationale erfordert einen Wechsel der Perspektive hinsichtlich der Frage, wie Körper zu begreifen sind. Im Sinne eines relationalen Verständnisses von Affekt geht es demnach weniger darum, medial dargestellte Körper zu beschreiben, sondern um die Frage, welche Beziehungen diese eingehen und welche Veränderungen sie dabei durchmachen. Im Sinne eines prozessualen Interesses an Körpern werden diese immer als im Werden begriffen. Dies verändert die analytische Blickrichtung auf Körperdarstellungen in Fernsehsendungen und „shifts our focus to consider how bodies are always thoroughly entangled processes" (Blackman & Venn, 2010, S. 9). Es geht damit um die Dynamik zwischen und die Verbundenheit von Körpern. Dementsprechend rücken analytisch also zum einen Bewegungen und das Bewegt-Werden von Körpern in den Fokus, Aufmerksamkeit erfahren damit auch mimische und gestische Affektausdrücke sowie kinästhetische Markierungen, wie beispielsweise Verletzungen, Stolpern oder Hinfallen. Zum anderen interessieren körperliche Begegnungen der Protagonist_innen untereinander sowie ihre Begegnungen mit bestimmten Objekten oder Umgebungen. So erfährt die *Räumlichkeit* und Raumstruktur, in der Figuren sich bewegen, als konstitutives Element relationalen Geschehens Aufmerksamkeit.

4. Dabei geraten analytisch auch transkulturelle Kontexte in den Blick, die die Aufmerksamkeit auf wechselseitige Prozesse des Herstellens von *Zugehörigkeit*, Andersheit und/oder Differenz zwischen Fernsehtext und Publikum lenken, sowie auf die Frage, wie dabei neue Relationen entstehen können (Sieber, 2015). Über Beziehungen zwischen Körpern können Verbindungen mit „dem Anderen" hergestellt werden, die jenseits diskursiver Bedeutung auf sinnlich-ästhetischen Formen basieren. So können audiovisuelle Medienangebote im Rahmen ihrer ästhetischen Inszenierung Differenz oder Ähnlichkeit herstellen. Sie können Empathie für kulturelle Hybridisierungen, Inklusionen oder Exklusionen prägen, andererseits aber auch Differenz markieren und Abwehr gegenüber „dem Anderen" erzeugen.

Zusammenfassend bedeutet dies für die Medientextanalyse, dass eine affekttheoretische Herangehensweise der Analyse audiovisuellen Materials 1. die affektive Relationalität berücksichtigt, durch die die Gestaltung der textuellen Elemente einer Fernsehsendung immer hinsichtlich ihrer potentiellen Funktion für die Zuschauer_innen betrachtet werden sollte 2. Prozessualität, Temporalität und In-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

tensität in den Blick nimmt, 3. Körper als bewegte, bewegende und sich gegenseitig begegnende Körper analysiert und damit auch ihre Verbundenheit in den Blick nimmt sowie 4. innerhalb dieser Begegnungen gleichzeitig auch Inklusions- und Exklusionsprozesse erfassen sollte, durch die Zugehörigkeiten hergestellt oder ausgeschlossen werden.

4.2 Affektive Praktiken als sozial-relationales Phänomen in der Rezeptionsforschung

Richtet man das Erkenntnisinteresse auf die Fernsehrezeption und ihre affektiven Dynamiken, dann geht es um die Frage, was Medienangebote und -technologien auf affektiv-körperlicher Ebene in Bewegung setzen und was unbewegt verharrt. Wie aber lassen sich die situativen und relationalen affektiven Praktiken bezogen auf das Medienhandeln beim Fernsehen konzeptualisieren? Die Herausforderungen, die sich für die kommunikationswissenschaftliche Rezeptionsforschung in der Tradition der Cultural Media Studies und der *affect studies* ergeben, lassen sich entlang von vier Aspekten entwickeln, welche uns zentral für eine empirische Modellierung des Affektgeschehens bei der Fernsehrezeption erscheinen.

1. Ein relationales Verständnis von Affekt fordert dazu auf, die Begegnungen zwischen Medientext und Publikum in den Fokus zu rücken. Bezugnehmend auf Kavkas (2014, S. 462) theoretische Überlegungen zum Affekt im (Reality) TV gehen wir davon aus, dass Affizierungen nicht losgelöst von situierten Körpern (auf beiden Seiten des Bildschirms) betrachtet werden können. Zugleich gilt es, die *affektiven Praktiken* zwischen Menschen beim Fernsehen zu berücksichtigen und den Zusammenhang zwischen dem Affiziert-Werden des Publikums und den Affizierungspotenzialen von Medienangeboten zu analysieren. Es interessieren dann die dynamischen sozialen Beziehungen, die sich zwischen dem Fernsehtext und den Körpern der Zuschauenden vollziehen und die wiederum ihre Spuren in den Körpern der Zuschauenden hinterlassen. Auf der einen Seite sind dies wie beschrieben die Körperdarstellungen der Medien in ihrer ästhetischen Inszenierung, die affizierend wirken können. Auf der anderen Seite des Bildschirms sind es die Körper der Zuschauenden, die durch das Fernsehen affiziert werden können, was durch affektive Praktiken sichtbar wird. Ausgehend von dem oben dargestellten praxeologischen Affektverständnis ist keine mediale Praktik von Rezipierenden ohne körperliche Lust und Unlust durch Erregung und Beruhigung zu verstehen (Reckwitz, 2017). Allein die Zuwendung zu Medienangeboten und -technologien als eine medienbezogene Praktik ist grundlegend durch verschiedene körperliche und kognitive Formen des Interesses und Desinteresses organisiert. Dabei verschränkt sich die soziale Vergemeinschaftung derer, die in physischer Ko-Präsenz miteinander und mit dem Fernsehangebot interagieren, mit der weiter gefassten Gemeinschaft des Publikums, das translokal verbunden ist. So geht Kavka (2008, S. 17) davon aus, dass die Faszination am Reality TV auch aus dem Gefühl eines miteinander geteilten Erlebnisses entsteht, also aus dem Gefühl heraus, die Sendung ‚live' mit anderen imaginierten Zuschauer_innen zu verfolgen. Fernsehen definiere sich durch seine Fähigkeit, das Gefühl einer Verbindung zwischen Fern-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

sehpublikum, Teilnehmer_innen und einer ‚imagined community' von Zuschauer_innen herzustellen. Die Analyse des Affektgeschehens fokussiert dann auf die soziale Funktion des Fernsehens als reale *und zugleich* als imaginierte Gemeinschaft, die mittels second screen als *social TV* ihre eigene mediale Artikulation finden kann.

2. Eine Analyse des Rezeptionsgeschehens beim Fernsehen rückt dabei die konkrete *Rezeptionssituation* in den Blick. Zentral ist die Frage, wie Dinge, spezifische Räume oder (Medien-)Technologien das Tätigkeitsvermögen der menschlichen Körper vermindern oder vermehren (können). Diese Rezeptionssituation ist dabei nicht als etwas von außen ‚an die Situation Herangetragenes' oder die Fernsehrezeption ‚Umgebendes' zu verstehen, vielmehr gilt es, die bedingten Elemente der Situation in der Analyse der Situation selbst aufzusuchen (Clarke, 2003; Wetherell, 2012, S. 77–101). Zentrale Elemente der sozialen Relationalität sind deren zeitliche und räumliche Aspekte. Es gibt z. B. plötzliche, allmählich ansteigende, sich überlagernde oder schnell wechselnde zeitliche Dynamiken; es gibt schwache und starke Intensitäten. Wenn bspw. in Fernsehnachrichten über Kriege, Attentate oder Bootsunglücke auf dem Mittelmeer berichtet wird, dann kann rasch Erschütterung, Aufgewühltheit oder Schock entstehen und das Affektgeschehen erreicht hohe Intensität. Bei der alltäglich vor dem Fernseher verbrachten Zeit dürften kurz- und längerfristige Formen von überwältigender Intensität aber die Ausnahme sein, kurze und schwächere Momente der Auf- und Erregung dürften dominieren. Für die relationale Analyse eines situativen Rezeptionsgeschehens beim Fernsehen rücken dann *Räume, Artefakte* und *Technologien* in den Blick, die das Tätigkeitsvermögen von Körpern vermindern oder vermehren können. Damit gilt es, auch die räumlichen Konstellationen, die Beziehung der Zuschauenden zu ihrer Umgebung und die körperlichen Begegnungen der Zuschauenden miteinander zu analysieren. So geraten zeitlich und räumlich unterschiedene Zuschauergemeinschaften und deren affektive Praktiken in den Blick, die sich nicht allein auf die Rezeptionssituation ‚zu Hause' vor dem Fernsehgerät konzentrieren. Öffentliche Screens, mobile Kommunikation und digitale Netzwerkmedien verändern die Grenzen zwischen dem Öffentlichen und dem Privaten, sie erzeugen und verschieben zugleich das Gefühl ‚zu Hause' oder ‚in der Welt draußen' zu sein (McCarthy, 2001; Morley, 2000). Erst eine detaillierte Analyse der affektiven Relationalität lässt erkennen, welche Elemente genau die je spezifischen Gefühle und Affektausdrücke der Rezipierenden herstellen und bedingen und welche überhaupt bedeutend sind. Die Bedingungen der affektiven Dynamiken sind vielfältig, aber keinesfalls beliebig. Eine affekttheoretisch informierte Forschung verfolgt hier das Ziel, diese Komplexität und Relationalität der affizierenden Kommunikation zu analysieren.

3. Das Affektgeschehen beim Fernsehen ist immer auch mit *Diskursen, Bedeutungen* und *Bewertungen* verknüpft. In diesem Sinne fasst Wetherell affektive Praktiken auch als „embodied meaning-making" (Wetherell, 2012, S. 4). In sozialen Praxen sind Affekte und Diskurse miteinander verschränkt und können nicht – wie in manchen philosophisch-kulturwissenschaftlichen Konzeptionen – voneinander getrennt werden (Wetherell, 2012, S. 53). Das Erkenntnisinteresse richtet sich damit auch auf die Frage, welche körperlich-affektiven Erfahrungen die Rezi-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

pierenden bei der Fernsehrezeption machen, woran sie Lust und Unlust auf körperlicher Ebene empfinden, was sie körperlich bewegt oder beruhigt. Auf diese Weise lassen sich bspw. auch Formen der Involviertheit und/oder Distanzierung in den körperlichen Praktiken der Zuschauenden präziser erfassen. Dies erscheint bedeutsam bspw. mit Blick auf die Differenzierung von Affizierungsdynamiken unterschiedlicher Publikumsgruppen und ihrer je spezifischen Rezeptionspraktiken. So konstituiert das gemeinsame Fernsehen als Paar, im Freundeskreis oder im öffentlichen Raum einer Kneipe ein je spezifisches Affektgeschehen. Gleichsam sind auch kognitive Bewertungen und Bedeutungskonstruktionen der Zuschauenden mit Affekten verknüpft, es rückt die affektive Grundierung von Bewertungen und Sinnkonstruktionen verschiedener Publika in den Blick.

4. Affiziertheit oder Affektivität wird in einigen Ansätzen der *affect studies* als zentral für die Herstellung von *Zugehörigkeiten* etwa zu politischen, nationalen oder kulturellen Gemeinschaften angesehen. Für die Rezeptionsforschung stellt sich nicht nur die Frage, wie Zuschauende situativ eine Form der Zugehörigkeit auch körperlich-affektiv herstellen oder durchbrechen (bspw. als Paar, als Familie, als Fans). Es geht darüber hinaus um die Frage, wie vermittels der Affizierung von Zuschauenden nationale, ethnische, sexuelle etc. Zugehörigkeiten und Positionierungen hergestellt und verändert werden. Beispielsweise geraten auf diese Weise rassifizierte Ausgrenzungen durch affektive Normalisierungen in den Blick. Gleichermaßen stellt körperlich wahrnehmbares Unbehagen beim Betrachten von peinlichem, als unangemessen erlebtem Verhalten im Reality TV oder in Talk-Formaten Distinktion qua sozialer oder kultureller Herkunft her. Die Beispiele zeigen, wie das mediale Affektgeschehen mit Zugehörigkeiten (Nation, Klasse etc.) wie auch mit Ausgrenzungen (der Anderen) zusammenhängt (insb. Ahmed, 2004; insbes. zur Distinktion qua Klasse Skeggs & Wood, 2012). Diese Gefühle von Zugehörigkeit und Ausgrenzung, von Inklusion und Exklusion ermöglichen oder verunmöglichen Kommunikationsprozesse; sie generieren über die jeweilige Rezeptionssituation hinaus Formen affektiver Öffentlichkeit (Papacharissi, 2015).

Zusammenfassend gilt das Forschungsinteresse bezüglich Praktiken der Rezeption und des Affektgeschehens beim Fernsehen 1. der affektiven Relationalität zwischen dem Affizierungspotenzial des Fernsehangebots und dem Affiziert-Werden der Zuschauenden sowie den Begegnungen und Beziehungen zwischen menschlichen Körpern beim Fernsehen, 2. der spezifischen Rezeptionssituation sowie 3. Diskursen und 4. (räumlichen wie sozial-kulturellen) Positionierungen. Aus Sicht einer affekttheoretisch informierten Rezeptions- und Aneignungsforschung werden dabei nicht die individuellen Praxen des Publikums problematisiert, sondern die dadurch hergestellten und veränderten sozio-kulturellen Aushandlungen und Machtverhältnisse.

5. Zusammenführung und Ausblick

Das Vermögen von Körpern, zu affizieren und affiziert zu werden, wird affekttheoretisch auf menschliche wie nicht-menschliche Körper bezogen. So wirken nicht nur mediale Angebote und Medientechnologien affizierend, sondern jegliche Artefakte und Materialitäten. Eine empirische Analyse muss daher den

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Fokus auf die Effekte von Affekten im gesamten Prozess der Medienkommunikation legen.

Insgesamt setzt sich *das Affektgeschehen* auf Text- und Rezeptionsebene aus verschiedenen Elementen zusammen: der affektiven Relationalität zwischen dem 1.) *Affizierungspotenzial* des audiovisuellen Medienangebots, das durch spezifische *affizierende Register* erzeugt wird, den 2.) *affektiven Praktiken* der Zuschauenden, den 3) *Räumen, Artefakten* und *Technologien* sowie den 4.) *Diskursen/Repräsentationen* und 5.) *Zugehörigkeiten*, die als situative Vergemeinschaftung im Rezeptionshandeln sowie als translokale mediatisierte Vergemeinschaftung hergestellt werden. Die *Temporalität* des Affektgeschehens wird durch die Modulation von *Intensitäten* und spezifische zeitliche Dynamiken strukturiert. Die *Relationalität* dieser verschiedenen Dimensionen hat dann aber aus empirischer Sicht gleichwohl immer ein- und denselben Ort, an dem sie für die empirische Forschung ablesbar und analysierbar wird: nämlich den Körper, der mit anderen Körpern in derselben Situation oder in mediatisierter, translokal verbundener Form in Verbindung steht. Es sind diese Körper, in die und über die sich die verschiedenen Dimensionen des Affektgeschehens einschreiben. Der Körper ist dabei keinesfalls als ‚passive Einschreibefläche' zu verstehen. Affekttheorien zielen hier gerade auf das Verständnis von Eigenständigkeit und Unverfügbarkeit des Körpers ab, das eben auch ein Ausbrechen aus bestehenden Diskursen und Positionierungen ermöglicht.

Während in der Kommunikationswissenschaft Emotionen und Stimmungen im Rahmen von Verarbeitungs- und Bewertungsprozessen vorrangig individualistisch betrachtet werden, wurde hier das Potenzial affekttheoretischer Ansätze für die kommunikationswissenschaftliche Analyse medialer Produkte dargestellt und diskutiert. Die teilweise vagen Definitionen des Affekts durch Vertreter_innen einer philosophisch-ontologischen Perspektive der *affect studies* stellen für die empirische sozialwissenschaftliche Forschung eine Herausforderung dar. Sie verweisen jedoch zugleich auf den relationalen, fluiden und prozesshaften Charakter des Affekts – seine Charakteristik selbst macht ihn also sperrig für empirische Forschung, fordert sie doch die Überwindung dualistischer Konzepte und kausaler Ursache-Wirkungs-Zuschreibungen. Für eine empirische Anwendung sollten deshalb sowohl die theoretische Konzeptualisierung des Affekts als dynamisch-relational, als auch eine praxeologisch orientierte Affekttheorie miteinander verbunden werden.

Damit wird die Aufmerksamkeit auf die Bedeutung des Körpers, die Relationalität zwischen Körpern und die prinzipielle Offenheit dieser Austauschprozesse gerichtet und dadurch der Versuch unternommen, tradierte dualistische Strukturen zwischen Subjekt und Objekt aufzulösen. Insbesondere mit Blick auf die Wirkmächtigkeit von digitalen Technologien und ihrer Einschreibung in menschliche Körper und humanes Handeln (bspw. wearable technologies) erscheint eine solche Perspektivierung ertragreich. Die Durchdringung sozialer Praxen wie auch gesellschaftlicher Ordnungen mit Medien und Medientechnologien wirft aus affekttheoretischer Perspektive grundlegende Fragestellungen auf, die hier im Ausblick knapp aufgerufen werden sollen. Eher kulturpessimistisch grundiert spricht Rosa (2016, S. 311, Hervorh. i. Orig.) bspw. von der „smartphonefixierte(n) *Kultur des gesenkten Blicks*" und einem damit verbundenen Verlust an Empathie. Demgegenüber bieten affekttheoretische Arbeiten zu *Media Events* eine Erweite-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

rung bisheriger Forschungsansätze, indem sie Media Events als konstitutiv hergestellt durch die affektiven Praktiken diverser Akteursgruppen (Teilnehmende, Fans, Journalist_innen, Organisator_innen) begreifen und in dieser relationalen Konstituierung den Charakter des Ereignisses bestimmen, dem stets Momente von Inklusion *und* Exklusion eingeschrieben sind (Skey, Kyriakidou, & Uldam, 2016). Statt einer Fokussierung auf Repräsentation und Bedeutung von Medientexten gerät das unmittelbar körperliche Erleben und Einwirken in den Blickpunkt, statt des individuellen Subjekts werden relationale Beziehungen zwischen Medientext, Technologie und Publikum betrachtet. Zum Verständnis transkultureller Dynamiken, die mit und durch Medien generiert werden, erscheint eine Berücksichtigung der affektiv generierten Inklusions- und Exklusionsprozesse unverzichtbar. Wir verstehen Affekte als Phänomene, in die unhintergehbar Formen des sozialen Miteinanders eingeschrieben sind. Sie bedürfen (mind.) eines affizierenden sowie eines affizierten Körpers. Die Spezifik des sozialen Miteinanders lässt sich als Affizierungspotenzial auf der einen sowie als affektive Praktiken auf der anderen Seite fassen. Medien und Medientechnologien werden dabei als spezifische „affect generators" (Reckwitz, 2017: 116) begriffen. So lässt sich der kommunikative Prozess zwischen einem amerikanischen Präsidenten und seinen mehr als 30 Millionen Followers auf Twitter ebenso als relationales affektives Kommunikationsgeschehen fassen wie die tausendfachen Mitleidsbekundungen nach einem Terroranschlag – affektiv wird hier Gemeinschaft konstituiert. Eine solche Konzeptualisierung richtet das Augenmerk auf dynamisch-relationale Prozesse und erweitert damit bisherige kommunikationswissenschaftliche Ansätze zur Erforschung von Emotionen, die ihren Fokus vorrangig auf innerpsychische Konzepte und individuelle Subjekte richteten.

Literatur

Ahmed, S. (2004). Affective economies. *Social text*, *22*(2), 117–139.

Angerer, M.-L. (2007). *Vom Begehren nach dem Affekt*. Zürich: Diaphanes.

Angerer, M.-L. (2017). *Affektökologie. Intensive Milieus und zufällige Begegnungen*. Lüneburg: Meson Press.

Angerer, M.-L., Bösel, B., & Ott, M. (Hrsg.). (2014). *Timing of affect. Epistemologies, aesthetics, politics*. Zürich, Berlin: diaphanes.

Bakels, J. H. (2017). *Audiovisuelle Rhythmen. Filmmusik, Bewegungskomposition und die dynamische Affizierung des Zuschauers*. Berlin, Boston: De Gruyter.

Barlett, C., & Gentile, D. (2011). Affective and emotional consequences of the mass media. In K. Döveling, C. von Scheve, & E. A. Konijn (Hrsg.), *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media* (S. 60–79). Milton Park, Abingdon, Oxon, New York: Routledge.

Barthes, R. (1974). *Die Lust am Text*. Frankfurt a. M: Suhrkamp.

Bartsch, A., & Hübner, S. (2004). *Emotionale Kommunikation – ein integratives Modell*. Dissertation, Martin Luther University Halle-Wittenberg. Abgerufen unter https://sundoc.bibliothek.uni-halle.de/diss-online/04/07H050/prom.pdf.

Bartsch, A., Eder, J., & Fahlenbrach, K. (Hrsg.). (2007). *Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien*. Köln: Halem.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Bente, G., & Fromm, B. (1997). *Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Leverkusen: Leske + Budrich.

Bilandzic, H., Schramm, H., & Matthes, J. (2015). *Medienrezeptionsforschung*. Konstanz: UVK [u. a.].

Blackman, L., & Venn, C. (2010). Affect. *Body & Society*, *16*(1), 7–28.

Bondi, L., Davidson, J., & Smith, M. (2005). Introduction. Geography's „emotional turn". In J. Davidson & M. Smith (Hrsg.), *Emotional Geographies* (S. 1–16). Farnham, Burlington, Vt: Ashgate Publishing Limited.

Breger, C. (2014). Configuring affect. Complex world making in Fatih Akın's Auf der anderen Seite (The Edge of Heaven). *Cinema Journal*, *Vol. 54*(1), 65–87.

Brinckmann, C. N. (1999). Somatische Empathie bei Hitchcock: Eine Skizze. In H.-B. Heller, K. Prümm, & B. Peulings (Hrsg.), *Der Körper im Bild. Schauspieler – Darsteller – Erscheinen* (S. 111–120). Marburg: Schüren.

Brunner, P., Schweinitz, J., & Tröhler, M. (Hrsg.). (2012). *Filmische Atmosphären*. Marburg: Schüren Verlag.

Bruun Vaage, M. (2014). Blinded by Familiarity: Partiality, Morality and Engagement in Television Series. In T. Nannicelli & P. Taberham (Hrsg.), *Cognitive Media Theory* (S. 268–284). New York: Routledge.

Bryant, J., & Oliver, M. B. (Hrsg.). (2009). *Media effects: advances in theory and research*. New York: Routledge.

Bryant, J., & Zillmann, D. (1984). Using television to alleviate boredom and stress: Selective exposure as a function of induced excitational states. *Journal of Broadcasting*, *28(1)*, 1–20.

Clarke, A. E. (2003). Situational analysis: Grounded theory mapping after the postmodern turn. *Symbolic Interaction*, *26(4)*, 553–576.

Clough, P. T. (2000). *Autoaffection. Unconscious thought in the age of technology*. Minnesota: University of Minnesota Press.

Clough, P. T. (2007). Introduction. In P. T. Clough & J. Halley (Hrsg.), *The affective turn: Theorizing the social*. (S. 1–33). Durham & London: Duke University Press.

Clough, P. T., & Halley, J. (Hrsg.). (2007). *The affective turn: Theorizing the social*. Durham & London: Duke University Press.

Coleman, R. (2013). *Transforming images. Screens, affect, futures*. Milton Park, Abingdon, Oxon, New York: Routledge.

Coole, D. H., & Frost, S. (Hrsg.). (2010). *New materialisms: ontology, agency, and politics*. Durham, NC, London: Duke University Press.

Curtis, R., Glöde, M., & Koch (Hrsg.). (2010). *Synästhesie-Effekte. Zur Intermodalität der ästhetischen Wahrnehmung*. München: Wilhelm Fink Verlag.

De Certeau, M. (1988). *Kunst des Handelns*. Berlin: Merve.

Deleuze, G. (1988). *Spinoza. Practical philosophy*. San Francisco: City Lights Books.

Detenber, B., & Lang, A. (2011). The influence of form and presentation attributes of media on emotion. In K. Döveling, C. von Scheve, & E. A. Konijn (Hrsg.), *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media* (S. 275–294). Milton Park, Abingdon, Oxon, New York: Routledge.

Döveling, K., von Scheve, C., & Konjin, E. A. (Hrsg.). (2011). *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media*. Milton Park, Abingdon, Oxon, New York: Routledge.

Eder, J. (2016). Films and existential feelings. In *Projections*, 10(2), 75–103.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Eder, J. (2017a). Empathie und existentielle Gefühle im Film. In M. Hagener & Í. Vendrell Ferran (Hrsg.), *Empathie im Film. Perspektiven der Ästhetischen Theorie, Phänomenologie und Analytischen Philosophie*. (S. 237–269). Bielefeld: transcript.

Eder, J. (2017b). Affective image operations. In J. Eder & C. Klonk (Hrsg.), *Image operations. visual media and political conflict*. (S. 63–78). Manchester: Manchester University Press.

Fahr, A., & Hofer, M. (2013). Psychophysiologische Messmethoden. In W. Möhring & D. Schlütz (Hrsg.), *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Feagin, S. (1999). Time and timing. In C. R. Plantinga & G. M. Smith (Hrsg.), *Passionate views. Film, cognition, and emotion.* (S. 168–179). Baltimore: John Hopkins University Press.

Fiske, J. (2001a). Körper des Wissens. In R. Winter & L. Mikos (Hrsg.), *Die Fabrikation des Populären: Der John Fiske-Reader* (S. 213–245). Bielefeld: transcript.

Fiske, J. (2001b). Cultural Studies und Alltagskultur. In R. Winter & L. Mikos (Hrsg.), *Die Fabrikation des Populären: Der John Fiske-Reader* (S. 139–177). Bielefeld: transcript.

Frijda, N. H. (1986). *The emotions*. Cambridge, New York, Paris: Cambridge University Press.

Früh, W. (2002). Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie. Konstanz: UVK.

Früh, W. (2003). Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie (TDU). In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 27–56). Köln: Halem.

Früh, W., & Schönbach, K. (1982). Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen. *Publizistik, 27*(1/2), 74–88.

Gallese, V., & Guerra M. (2012). Embodying movies: Embodied simulation and film studies. *Cinema*, *3*, 183–210.

Gregg, M. (2011). *Work's intimacy*. Cambridge: John Wiley & Sons.

Gregg, M., & Seigworth, G. J. (Hrsg.) (2010). *The affect theory reader*. Durham: Duke University Press.

Grodal, T. (2009). *Embodied visions. Evolution, emotion, culture, and film*. Oxford: Oxford University Press.

Grossberg, L. (1988). Postmodernity and affect: All dressed up with no place to go. *Communication*, *10*, 271–293.

Hanich, J. (2011). Mr. Schnitzelicious, the muscle man. Somatic empathy and imaginary self-extension in Arnold Schwarzenegger's hard body movies. In S. Wendt, M. Butter, & P. Keller (Hrsg.), *Arnold Schwarzenegger. Interdisciplinary perspectives on body and image*. (S. 103–127). Heidelberg: Winter.

Hagener, M., & Vendrell Ferran, Í. (2017). Einleitung: Empathie im Film. In M. Hagener & Í. Vendrell Ferran (Hrsg.), *Empathie im Film. Perspektiven der Ästhetischen Theorie, Phänomenologie und Analytischen Philosophie*. (S. 7–30). Bielefeld: transcript.

Harding, J., & Pribram, E. D. (Hrsg.). (2009a). *Emotions: a cultural studies reader*. Milton Park, Abingdon, Oxon, New York: Routledge.

Harding, J., & Pribram, E. D. (2009b). Introduction. In J. Harding & E. D. Pribram (Hrsg.), *Emotions: a cultural studies reader* (S. 1–23). Milton Park, Abingdon, Oxon, New York: Routledge.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Hardt, M., & Negri, A. (2004). *Multitude: Krieg und Demokratie im Empire*. Frankfurt a. M.: Campus.

Hipfl, B. (2012). In Bewegung – Überlegungen zu einem affektiv-performativen Zugang in den Gender Media Studies. In T. Maier, M. Thiele, & C. Linke (Hrsg.), *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung. Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung* (S. 71–79). Bielefeld: transcript.

Hirdman A (2011) Tears on the screen: Bodily emotionalism in reality-TV. *Observatorio Journal, 5*(1), 19–33.

Hirdman, A. (2016). The passion of mediated shame: Affective reactivity and classed otherness in reality TV. *European Journal of Cultural Studies*, *19*(3), 283–296.

Kappas, A., & Müller, M. G. (2006). Bild und Emotion – ein neues Forschungsfeld. *Publizistik*, *51*(1), 3–23.

Kappelhoff, H. (2007). Die vierte Dimension des Bewegungsbildes. Das filmische Bild im Übergang zwischen individueller Leiblichkeit und kultureller Fantasie. In A. Bartsch, J. Eder, & K. Fahlenbrach (Hrsg.), *Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote*. Köln: Herbert von Halem.

Kappelhoff, H., & Bakels J. H. (2011). Das Zuschauergefühl – Möglichkeiten qualitativer Medienanalyse. *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, *5*(2), 78–96.

Kavka, M. (2008). *Reality television, affect and intimacy: reality matters*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire, New York: Palgrave.

Kavka, M. (2014). A matter of feeling: mediated affect in reality television. In L. Ouelette (Hrsg.), *A companion to reality television* (S. 459–477). Malden, Oxford, Sussex: Wiley.

Kempter, G., & Bente, G. (2004). Psychophysiologische Wirkungsforschung: Grundlagen und Anwendungen. In R. Mangold (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 271–295). Göttingen: Hogrefe.

Konijn, E. A. (2013). The role of emotion in media use and effects. In K. E. Dill (Hrsg.), *The Oxford Handbook of Media Psychology* (S. 187–248). New York: Oxford University Press.

Lang, A., Park, B., Sanders-Jackson, A. N., Wilson, B. D., & Wang, Z. (2007). Cognition and emotion in TV message processing: How valence, arousing content, structural complexity, and information density affect the availability of cognitive resources. *Media Psychology*, *10*(3), 317–338.

Lang, A., Zhou, S., Schwartz, N., Bolls, P. D., & Potter, R. F. (2000). The effects of edits on arousal, attention, and memory for television messages: when an edit is an edit can an edit be too much? *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *44*(1), 94–109.

Lehmann, H. (2017). *Affektpoetiken des New Hollywood. Suspense, Paranoia und Melancholie*. Berlin, Boston: De Gruyter.

Lünenborg, M., Martens, D., Köhler, T. & Töpper, C. (2011). *Skandalisierung im Fernsehen: Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality-TV-Formaten*. Berlin: Vistas.

Mangold, R. (2004). Infotainment und Edutainment. In R. Mangold, P. Vorderer, & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 527–542). Göttingen: Hogrefe.

Mangold, R., Unz, D., & Winterhoff-Spurk, P. (2001). Zur Erklärung emotionaler Medienwirkungen. Leistungsfähigkeit, empirische Überprüfung und Fortentwicklung theoretischer Ansätze. In P. Rößler, U. Hasebrink, & M. Jäckel (Hrsg.), *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung* (S. 163–180). München: Reinhard Fischer.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Marks, L. (2002). *Touch: sensuous theory and multisensory media*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Massumi, B. (1995). The autonomy of affect. *Cultural Critique*, *31*, 83–109.

Massumi, B. (2002). *Parables for the virtual: movement, affect, sensation*. Durham, NC: Duke University Press.

McCarthy, A. (2001). *Ambient television: visual culture and public space*. Durham: Duke University Press.

Mikos, L. (2008). *Film- und Fernsehanalyse*. Konstanz: UVK.

Morley, D. (2000). *Home territories. Media, mobility and identity.* London and New York: Routledge.

Müller, E. (1993): „Pleasure and Resistance". John Fiskes Beitrag zur Populärkulturtheorie. *montage/av*, *2*(1), 52–66.

Müller, M. G., & Kappas, A. (2011). Visual emotions – emotional visuals: Emotions, pathos formulae, and their relevance for communication research. In K. Döveling, C. von Scheve, & E. A. Konijn (Hrsg.), *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media* (S. 310–331). Milton Park, Abingdon, Oxon, New York: Routledge.

Nabi, R. (2009). Emotion and media effects. In R. Nabi & M. B. Oliver (Hrsg.), *The Sage Handbook of Media Processes and Effects* (S. 205-221). London: SAGE.

Nelson, R. (2016). The Emergence of 'Affect' in Contemporary TV Fictions. In A. N. Garcia (Hrsg.), *Emotions in Contemporary TV Series*. (S. 26–51). London: Palgrave Macmillan.

O'Connor, B., & Klaus, E. (2000). Pleasure and meaningful discourse: An overview of research issues. *International Journal of Cultural Studies*, *3*(3), 369–387.

Ohler, P., & Nieding, G. (2006). An evolutionary perspective on entertainment. In J. Bryant & P. Vorderer (Hrsg.), *Psychology of entertainment* (S. 423–434). Mahwah, N.J: Lawrence Erlbaum.

Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: sentiment, technology, and politics*. New York: Oxford University Press.

Penz, O., & Sauer, B. (2016). *Affektives Kapital. Die Ökonomisierung der Gefühle im Arbeitsleben*. Frankfurt, New York: Campus Verlag.

Pfaff-Czarnecka, J. (2011). From „identity" to „belonging" in social research: plurality, social boundaries, and the politics of the self. *Working Papers in Development Sociology and Social Anthropology*, No. 368. Bielefeld: Universität Bielefeld, Fak. für Soziologie, AG Sozialanthropologie.

Plantinga, C. R., & Smith, G. M. (1999). Introduction. In C. Plantinga & M. Smith (Hrsg.), *Passionate views: Film, cognition and emotion*. (S. 1–17). Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Plantinga, C. (2009). *Moving viewers. American film and the spectator's experience*. Berkeley: University of California Press.

Plantinga, C. (2014). Mood and ethics in narrative film. In T. Nannicelli & Taberham (Hrsg.), *Cognitive Media Theory* (S. 141–157). New York; London: Routledge, Taylor & Francis Group.

Potter, R. F., & Bolls, P. D. (2012). *Psychophysiological measurement and meaning: cognitive and emotional processing of media*. New York: Routledge.

Probyn, E. (2005). *Blush: Faces of shame*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Reckwitz, A. (2017). Practices and their affects. In A. Hui, T. Schatzki, & E. Shove (Hrsg.), *The nexus of practices* (S. 114–125). Milton Park: Routledge.

Rosa, H. (2016). *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung*. Berlin: Suhrkamp.

Röttger-Rössler, B. (2016). Multiple Zugehörigkeiten. Eine emotionstheoretische Perspektive auf Migration. *Working Paper SFB 1171 Affective Societies 04/2016*. Abgerufen von http://www.sfb-affective-societies.de/publikationen/workingpaperseries/wps_4/index.html

Scherer, K. R. (1998). Emotionsprozesse im Medienkontext: Forschungsillustrationen und Zukunftsperspektiven. *Medienpsychologie*, *10*(4), 276–293.

Scherer, K. R. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44(4), 695–729.

Schramm, H., & Wirth, W. (2006). Medien und Emotionen. Bestandsaufnahme eines vernachlässigten Forschungsfeldes aus medienpsychologischer Perspektive. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54(1), 25–55.

Schwab, F. (2007). Evolutionäres Denken: Missverständnisse, Trugschlüsse und Richtigstellungen. *Evolutionäre Medienpsychologie. Zeitschrift für Medienpsychologie*, *19*(4), 140–144.

Schwab, F., & Schwender, C. (2011). The descent of emotions in media. Darwinian perspectives. In K. Döveling, C. von Scheve, & E. A. Konijn (Hrsg.), *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media* (S. 15–37). Milton Park, Abingdon, Oxon, New York: Routledge.

Schweiger, W., & Fahr, A. (Hrsg.). (2013). *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Schwender, C. (2006). *Medien und Emotionen: evolutionspsychologische Bausteine einer Medientheorie*. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.

Seigworth, G. J., & Gregg, M. (2010). An inventory of shimmers. In M. Gregg & G. J. Seigworth (Hrsg.), *The affect theory reader* (S. 1–25). Durham: Duke University Press.

Shaviro, S. (2010). *Post-cinematic affect*. Winchester, Washington: O-Books.

Sherry, J. L. (2004). Media effects theory and the nature/nurture debate: a historical overview and directions for future research. *Media Psychology*, *6*(1), 83–109.

Sieber, C. (2015). Transkulturalität als „Klein-Werden" durch Reise, Migration und Translation. Zé do Rocks Fom winde ferfeelt/O erói sem nem um agá. In J. Ernst & F. Freitag (Hrsg.). *Transkulturelle Dynamiken. Aktanten – Prozesse – Theorien* (S. 199–226). Bielefeld: transcript.

Sinnerbrink, R. (2012). Stimmung: exploring the aesthetics of mood. *Screen, 53*(2), 149–163.

Skeggs, B. (2009). The moral economy of person production: the class relations of self-Performance on ‚reality' television. *Sociological Review*, *57*(4), 626–644.

Skeggs, B., & Wood, K. (2012). *Reacting to Reality Television: Performance, Audience and Value*. New York: Routledge.

Skey, M., Kyriakidou, M., McCurdy P., & Uldam, J. (2016). Staging and engaging with media events: A study of the 2014 Eurovision Song Contest. *International Journal of Communication*, *10*, 3381–3399.

Slaby, J., Mühlhoff, R., & Wüschner, P. (2016). Affektive Relationalität. Umrisse eines philosophischen Forschungsprogramms. In U. Eberlein (Hrsg.), *Zwischenleiblichkeit – Intercorporeity, Movement and Tacit Knowledge*. (S. 69–108). Bielefeld: transcript.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Smith, G. M. (2003). *Film structure and the emotion system*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.

Smith, M. (1995). *Engaging characters: Fiction, emotion, and the cinema*. Oxford, New York: Oxford University Press.

Smith, M. (2010). Engaging characters: Further reflections. In J. Eder, Jannidis, F., & R. Schneider (Hrsg.), *Characters in fictional worlds: Understanding imaginary beings in literature, film, and other media*. (S. 232–258). Berlin, New York: De Gruyter.

Sobchack, V. (1988). The Scene of the Screen. Beitrag zur Phänomenologie der ‚Gegenwärtigkeit' im Film und in den elektronischen Medien. In H. U. Gumbrecht & K. L. Pfeiffer (Hrsg.), *Materialität der Kommunikation* (S. 416–428). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Stadler, J. (2014). Affect, film and. In E. Branigan & W. Buckland (Hrsg.), *The Routledge Encyclopedia of Film Theory*. (S. 1–6). Abingdon, Oxon, UK: Routledge.

Stern, D. N. (1985). *The interpersonal world of the infant: a view from psychoanalysis and developmental psychology; with a new introduction by the author*. New York: Basic Books.

Tan, E. S. (1996). *Emotion and the structure of narrative film. Film as an emotion machine*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.

Vogel, I. (2007). Emotionen im Kommunikationskontext. In U. Six, U. Gleich, & R. Gimmler (Hrsg.), *Kommunikationspsychologie Medienpsychologie. Lehrbuch* (S. 135–157). Weinheim: Beltz.

Von Scheve, C. (2017). A social relational account of affect. *European Journal of Social Theory*, 21(1), 39–59.

Walkerdine, V. (1997). *Daddy's girl: young girls and popular culture*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Walkerdine, V. (2006). Playing the game: Young girls performing femininity in video game play. *Feminist Media Studies*, *6*(4), 519–537.

Walkerdine, V. (2011). Video Replay. Familie, Filme und Fantasie. In B. Hipfl & M. Marschick (Hrsg.), *Valerie Walkerdine. Subjektivität, Feminismus, Psychoanalyse. Ein Reader* (S. 51–96). Wien: Turia + Kant.

Wegener, C. (2001). *Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung: eine Langzeitanalyse politischer Fernsehmagazine*. Wiesbaden: Westdt. Verl.

Wetherell, M. (2012). *Affect and emotion: A new social science understanding*. Los Angeles, London: SAGE.

Wetherell, M. (2015). Trends in the turn to affect: A social psychological critique. *Body & Society*, *21*(2), 139–166.

Wiemer, S. (2006). Affekt – Körper – Kino. Somatische Affizierung im Kino auf der Folie eines spinozistischen Immanenzplans. In A. Krause-Wahl, H. Oehlschlägel, & S. Wiemer (Hrsg.), *Affekte. Analysen ästhetisch-medialer Prozesse*. (S. 141–154). Bielefeld: transcript.

Williams, L. (1991). Film bodies: gender, genre, and excess. *Film Quarterly*, *44*(4), 2–13.

Williams, R. (2015). Structures of feeling. In D. Sharma & F. Tygstrup (Hrsg.), *Structures of feeling. Affectivity and the study of culture* (S. 20–26). Berlin: De Gruyter.

Winterhoff-Spurk, P. (2005). *Kalte Herzen. Wie das Fernsehen unseren Charakter formt*. Stuttgart: Klett-Cotta.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Wirth, W. (2013). Grundlagen emotionaler Medienwirkungen. In W. Schweiger & A. Fahr (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungsforschung* (S. 227–246). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Wirth, W. (2014). Emotion. In C. Wünsch, H. Schramm, V. Gehrau, & H. Bilandzic (Hrsg.), *Handbuch Medienrezeption* (S. 29–45). Baden-Baden: Nomos.

Wirth, W., & Schramm, H. (2005). Media and emotions. *Communication Research Trends*, *24*(3), 3–39.

Wünsch, C., Schramm, H., Gehrau, V., & Bilandzic, H. (Hrsg.). (2014). *Handbuch Medienrezeption*. Baden-Baden: Nomos.

Zembylas, M. (2014). Affective citizenship in multicultural societies: Implications for critical citizenship education. *Citizenship Teaching & Learning*, *9*(1), 5–18.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

EXTENDED ABSTRACT

Affects as social-relational phenomenon of media communication: The adaption of affect theories in media research

Margreth Lünenborg, Tanja Maier & Claudia Töpper

This article focuses on affect theories and their relevance for communication and media studies. Relying on the strength and potential of the different ‚affective turns,' we develop an empirical approach to analyze affect as a relational phenomenon within media communication. Since the late 1990s, an extensive theoretical debate has been developing in cultural and social sciences about the understanding and significance of affects as the central driving force of human action; the term "affective turn" (Clough & Halley, 2007) suggests a coherence that, on closer inspection, contains diverse and thoroughly different conceptions. More cautiously, the "turn to affect" involves a turn towards those diffuse, omnipresent, constantly efficacious and affective dynamics that motivate human action as well as interaction between people and (media) objects. Affect thus describes this dynamic, relational occurrence, through which actors and objects are connected to one another. While emotional experience is to be understood as a complex, socially formed interplay of thoughts and feelings, the analysis of affective dynamics aims at situational and relational events in its physical/bodily expression. As affect theory (Seigworth & Gregg, 2010), an ensemble of theoretical approaches has emerged; they are applied in diverse areas and provide new insights into shaping social relationships and inequalities. Thus, Hardt and Negri (2004) critically discuss the affective availability of labor, and Gregg (2011) analyses the resource 'intimacy' used in contemporary teamwork in the context of workplace ethnographic studies. With the concept 'belonging,' questions of affective-based inclusion or exclusion are grasped, the constituent force of which is also described in the concept of affective citizenship (Zembylas, 2014). In the context of transcultural mobility and global migration processes, these questions are gaining importance and lead to the modification of concepts of social theory in geography (Bondi, Davidson, & Smith, 2005), social anthropology (Pfaff-Czarnecka, 2011; Röttger-Rössler, 2016) or early childhood development (Stern, 1985). The brief overview shows that considerations and concepts of affect studies are prominent in many fields of research but have received little attention in communication studies so far.

A variety of research in affect theory is characterized by the attention to the materiality of human bodies, but also to (media) technologies (Coole & Frost, 2010) and their constitutive significance for contemporary dynamics of human and non-human interaction as forms of new materialism. They make this approach particularly interesting for research in communication and media studies.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

It is not discourse and its meanings, but rather affective addressing of the audience and its modes of reception that becomes the subject of analysis. The core interest of affect research, however, is to focus on the affective foundation of all human actions. This is intended in particular to counter current concerns about the 'emotion-driven' character of public communication in the sense that affects are undoubtedly to be understood as core components of (mediated) communication (Reckwitz, 2017). The call for a return to rational discourse seems less fruitful; instead, the effort for an appropriate modelling and explanation of affective dimensions of 'doing with media' seems more productive. Thus, affect theory provides innovative potential for analyses in communication studies, since traditional dualistic structures of subject and object, inside and outside, body and mind as well as human and non-human can be overcome. The theoretical considerations, however, have lacked empirical applications so far.

The central concern of the article is to introduce selected approaches of affect theory aiming at discussing their empirical potential for the analysis of audiovisual media and their reception. To this end, we start by briefly presenting theoretical concepts of emotion and discussing them with a view to the underlying premises. Here, on the one hand, terms are clarified, since both the concepts of emotion and affect are used inconsistently. At the same time, the building blocks and limits of previous research are made clear. We discuss the literature regarding the underlying understanding of emotions and affects, and ask how (human and non-human) bodies are brought into focus to identify in what way the *relational character of affects* is considered. In order to make the potential of affect studies for an understanding of mediated communication visible, we combine three theoretical perspectives on affect that are rarely discussed together. This combination makes it possible to capture affective dynamics between media technologies, media texts and their users. Starting point is the Cultural Studies project, which began to take an analytical view of affective dynamics in the 1970s and 1980s. In the article, conceptual foundations of this period will be introduced. The sharpened conceptual work in recent years that focuses on the dynamic of a relational character of affect (Slaby, Mühlhoff, & Wüschner 2016) offers productive starting points for communication studies as an empirical social science. On the one hand, we elaborate on philosophical and cultural approaches for analyzing audiovisual media texts. On the other hand, we rely on practice theory. It offers a foundation for the empirical investigation of affective practices that are acted out in everyday situations and are thus applicable to the analysis of media reception as a specific mode of social practice (Wetherell, 2012; Penz & Sauer, 2016).

On this basis, we develop an analytical approach that allows an empirical analysis of affects as social/relational phenomena. To exemplify this, we refer primarily to television as a mode of media communication. The affective occurrences at the level of media texts and reception are composed of various elements. The relation between: 1) the affective potential of the media text generated by specific affective registers; 2) the affective practices of viewers; 3) the spaces, artifacts and technologies; as well as 4) the discourse and representations; and 5) belongings, which are produced as situational community-building in the very moment of joint media reception and as translocal mediatized community-building. The tem-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

porality of the affective occurrence is structured by the modulation of intensities and specific temporal dynamics. Its relational, fluid and processual character makes it difficult to grasp for empirical research. From an empirical point of view, however, this very relational character always has one and the same place where it becomes visible for empirical research: namely the body, which is connected to other bodies in the same situation or in a mediatized, translocally connected way. It is these bodies into which and through which the various dimensions of the affective occurrences inscribe themselves. The body is by no means to be understood as a 'passive surface of inscription'. Here, theories of affect are aimed precisely at understanding the independence and unavailability of the body, which makes it possible to overcome existing attitudes and positioning and thus resist hegemonic discourse.

While the article concentrates on the analysis of affect in audiovisual media texts and its reception, the analysis of affective dynamics allows for a transposition to the circulation of affect on digital platforms and its contagious character.

The ability of bodies to affect and be affected is related to human and non-human bodies in the theory of affects. Thus, not only media and media technologies are affecting, but all kinds of artifacts and materialities. An empirical analysis must therefore focus on the effects of affects in the entire process of mediated communication.

References

Bondi, L., Davidson, J., & Smith, M. (2005). Introduction. Geography's "emotional turn". In J. Davidson & M. Smith (Eds.), *Emotional geographies* (pp. 1–16). Farnham, Burlington, Vt: Ashgate Publishing Limited.

Clough, P. T., & Halley, J. (2007). *The affective turn: Theorizing the social*. Durham & London: Duke University Press.

Coole, D. H., & Frost, S. (Eds.). (2010). *New materialisms: ontology, agency, and politics*. Durham [NC], London: Duke University Press.

Gregg, M. (2011). *Work's intimacy*. Cambridge: John Wiley & Sons.

Hardt, M., & Negri, A. (2004). *Multitude: Krieg und Demokratie im Empire* [Multitude: War and democracy within the Empire]. Frankfurt a. M.: Campus.

Pfaff-Czarnecka, J. (2011). From „identity" to „belonging" in social research: plurality, social boundaries, and the politics of the self. *Working Papers in Development Sociology and Social Anthropology*, No. 368. Bielefeld: Universität Bielefeld, Fak. für Soziologie, AG Sozialanthropologie.

Penz, O., & Sauer, B. (2016). *Affektives Kapital. Die Ökonomisierung der Gefühle im Arbeitsleben* [Affective capital. Economization of feelings within the working life]. Frankfurt, New York: Campus.

Reckwitz, A. (2017). Practices and their affects. In A. Hui, T. Schatzki, & E. Shove (Eds.), *The nexus of practices* (pp. 114–125). Milton Park: Routledge.

Röttger-Rössler, B. (2016). Multiple Zugehörigkeiten. Eine emotionstheoretische Perspektive auf Migration [Multiple affiliations. A theory of emotions perspective on migration]. *Working Paper SFB 1171 Affective Societies 04/2016*.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Seigworth, G. J., & Gregg, M. (2010). An inventory of shimmers. In M. Gregg & G. J. Seigworth (Eds.), *The affect theory reader*. (pp. 1-25). Durham: Duke University Press.

Slaby, J., Mühlhoff, R., & Wüschner, P. (2016). Affektive Relationalität. Umrisse eines philosophischen Forschungsprogramms [Affective relationality. Outlines of a philosophical research programme]. In U. Eberlein (Ed.), *Zwischenleiblichkeit – Intercorporeity, ovement and Tacit Knowledge*. (S. 69–108). Bielefeld: transcript.

Stern, D. N. (1985). *The interpersonal world of the infant: a view from psychoanalysis and developmental psychology; with a new introduction by the author*. New York: Basic Books.

Wetherell, M. (2012). *Affect and emotion: A new social science understanding*. Los Angeles, London: SAGE.

Zembylas, M. (2014). Affective citizenship in multicultural societies: Implications for critical citizenship education. *Citizenship Teaching & Learning*, *9*(1), 5–18.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-423 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -