

# Vorwort

Unser alltägliches Leben ist von Video- und Fernsehbildern, Film- und Webclips durchzogen. Selbst wenn wir keine Videoclips mit dem Smartphone produzieren und als Freundschaftsgruß versenden, wenn wir uns nicht in London zwischen den Sichtfeldern allgegenwärtiger Überwachungskameras bewegen; keine Soldaten sind, die an ihren Helmen kleine Camcorder installiert haben, um ihre Blogs mit Bildmaterial auszustatten, und auch nicht mehr zu den Teenies gehören, die, im Videochat vereint, gemeinsam eine Fernsehserie schauen, ohne sich aus ihren jeweiligen Familienheimen hinauszubewegen – wir sind mit Haut und Haaren in eine immer engmaschigere Zirkulation audiovisueller Bilder eingebunden.

Deren allgegenwärtige Präsenz korrespondiert mit ihrer fraglosen Evidenz; nichts scheint sich so sehr von selbst zu verstehen, wie das, was sich uns mit audiovisuellen Bildern mitteilt; stets scheint genau das gemeint und bedeutet zu sein, was sie uns unmittelbar zu hören und zu sehen geben. Mag sein, dass man deshalb sehr lange – emphatisch oder skeptisch – von der Macht audiovisueller Bilder gesprochen hat. Wenn diese Rede nach und nach zu verstummen scheint, liegt das vielleicht daran, dass es immer schwieriger wird, sich überhaupt noch auf ein Außen audiovisueller Bilder zu beziehen, das nicht selbst schon durch diese strukturiert ist.

Das vorliegende Buch ist in der Absicht geschrieben, die Möglichkeiten und Positionen zu erforschen, von denen aus sich eine Kritik (und eine Pädagogik) der audiovisuellen Bilder formulieren lässt – unter eben der Bedingung, dass sich ein Außen der Bilder nicht ohne weiteres angeben lässt. Es reiht sich damit ein in die große Zahl methodologischer Versuche, die Frage zu beantworten, wie audiovisuelle Bilder Sinn machen und auf welche Weise sie Wirkungen entfalten. Angesichts der zahlreichen Veröffentlichungen zum Thema scheint vorderhand kein Bedarf für ein solches Buch zu bestehen.

Aber ich will mit dieser Arbeit den vorhandenen Ansätzen zur Analyse audiovisueller Bilder nicht einfach einen weiteren hinzufügen; auch sollen keineswegs konkrete methodische Vorgehensweisen diskutiert und vorgestellt werden. Vielmehr antwortet das Buch auf ein grundlegendes Ungenügen angesichts der verfügbaren Methoden, die Rezeptionsprozesse audiovisueller Medien analytisch zu beschreiben. Ich beziehe mich also in diesem Buch auf die methodischen Probleme von zum Teil abgeschlossenen, zum Teil noch laufenden Forschungsarbeiten zum Diskurs audiovisueller Bilder, die in verschiedenen Konstellationen von Kolleginnen und Kollegen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durchgeführt wurden und werden, die unterschiedlichsten Fachdisziplinen zugehören; seit

drei Jahren hat diese Arbeit ihr Zentrum in der Kolleg-Forschergruppe *Cinepoetics* gefunden. Insofern ist das vorliegende Buch zunächst eine Kritik der verfügbaren Methodologien, die von den konkreten Problemen ausgeht, die sich ergeben, wenn man in historischer oder systematischer Absicht danach fragt, was die Funktion audiovisueller Bilder in den Prozessen kultureller Gemeinschaftsbildung ist.

In einer Zeit, in der es offenbar – so eine Meldung in den vermischten Nachrichten<sup>1</sup> – nicht ohne weiteres möglich ist, eine Studie über die psychischen Folgen des Konsums von Internetpornografie durchzuführen, weil man daran scheiterte, eine Vergleichsgruppe junger Männer zusammenzustellen, die *keine* Internetpornos konsumiert, mag es tatsächlich angezeigt sein, die Frage nach den Methodologien der Analyse audiovisueller Bildmedien grundlegend neu zu bedenken. Es braucht analytische Methoden, die einen Medienkonsum beschreiben können, der uns mit Haut und Haaren in die Verwertungs- und Vergesellschaftungsprozesse einer allumfassenden audiovisuellen Kultur einbindet – ein Konsum, der sich selbst zum Gegenstand wird; ein allumfassendes Spektakel des Sehens und Gesehen-Werdens im Konsumieren, das in den sozialen Medien ein schlagendes Beispiel findet.

Tatsächlich suche ich in dieser Studie eine über viele Jahre und unterschiedliche Forschungsprojekte entstandene analytische Arbeit an audiovisuellen Medien theoretisch auf den Begriff zu bringen, deren Methoden allzu oft ad hoc zu entwickeln waren. Denn die medientheoretischen und phänomenologischen Voraussetzungen, die uns in der analytischen Forschung leiten, rücken kompositorische, bewegungsanalytische und ästhetische Dimensionen audiovisueller Bilder in den Blick, die in den gängigen Ansätzen zur Methode der Analyse audiovisueller Bilder keinen Eingang finden. Das hat seinen Grund in dem Umstand, dass wir in unserer Forschung genau jene Voraussetzung in Frage stellen, auf der die meisten methodischen Ansätze zur Analyse audiovisueller Bildmedien basieren: dass man sich in den Akteuren der Produktion und Rezeption umstandslos auf ein vorab gegebenes, konsistentes Außen der Zirkulation audiovisueller Bilder beziehen kann, um diese als Repräsentation oder Mitteilung zu rekonstruieren. Hingegen ist die selbstverständliche Lesbarkeit audiovisueller Bilder aus unserer Sicht selbst noch ein medialer Effekt, der sich den Prozessen verdankt, die die Zirkulation audiovisueller Bilder antreiben – das gilt auch für die Positionen des Mitteilenden und der die Mitteilung Empfangenden.

Damit rückt ins Zentrum der Analyse, was die vorherrschenden Methoden entweder ausblenden oder als akzidentielle Dreingabe stilistischer oder ästheti-

---

<sup>1</sup> Vgl. hierzu Marco Evers: Erregung im Schattenreich. In: Der Spiegel, Nr. 15/2014, S. 122–128.

scher Qualitäten zum eigentlich Repräsentierten, Gemeinten, Erzählten definieren: die kompositorischen Ausdrucksqualitäten audiovisueller Bewegungsbilder und die sich darauf gründende affizierende Kraft dieser Bilder. Gehen wir doch davon aus, dass nur in Hinblick auf diese Qualitäten die Effekte eines Medienkonsums beschrieben werden können, der den geteilten Wahrnehmungs- und Gefühlshorizont allererst entstehen lässt, auf den sich Bedeutungsgenerierung und Sinnbildung beziehen – ein Umstand, der mit den vorherrschenden Kommunikationsmodellen nicht zu beschreiben ist.

Wir verstehen audiovisuelle Bilder also keineswegs als Mittler von Sinnkonstruktionen (Narrative, Ideen, Ideologien), die – medienneutral – vorab existieren und im Bewegungsbild repräsentiert sind; vielmehr sehen wir die Bewegungsbilder selbst als Agenten eines Interaktionsprozesses, der die Rezipienten in ihrer körperlich-affektiven Realität in einen gemeinschaftlich geteilten Wahrnehmungshorizont einbindet, den wir gemeinhin als *unsere alltägliche Realität* ansprechen. Anders gesagt, wir verstehen audiovisuelle Bilder – um einen berühmten Terminus Walter Benjamins aufzunehmen – als *Medien der Wahrnehmung*, die buchstäblich ein Sehen und Hören entstehen lassen, das es diesseits der Zirkulation audiovisueller Bilder nicht gibt.

Darin besteht die entscheidende Differenz zu den vorherrschenden Modellen und Methoden der Analyse audiovisueller Bilder. Das sind in der gegenwärtigen Konstellation vor allem kognitionstheoretisch begründete Ansätze. In deren Perspektive sind audiovisuelle Bilder als *Medien der Kommunikation* zu verstehen, als Mittler von Narrativen, Botschaften, Ideen.

Die Dringlichkeit dieses Perspektivwechsels mag deutlich werden, wenn man sich das herrschende Unverständnis gegenüber den aktuellen Medienpolitiken vor Augen führt. Denn der theoretische Widerspruch korrespondiert durchaus mit der Ratlosigkeit, die Journalismus und Politik erfasst, wenn die Folgen des radikalen Wandels medialer Interaktionsformen in den Blick genommen werden. Vor unser aller Augen ereignet sich eine tiefgreifende Umwälzung dessen, was man vor nicht allzu langer Zeit noch politische Öffentlichkeit nannte; und diese Umwälzung ist in hohem Maße mit medialen Interaktionsformen verbunden, die sich radikal dem Kommunikationsmodell der Medienanalyse entziehen.

Tatsächlich wird man gegenwärtig auf eine Weise mit der Macht medialer Wirkungsstrategien konfrontiert, die jeden, der sich im weiten Spektrum der Wertvorstellungen westlicher Demokratien verortet, beklommen macht. Sind es doch vor allem die neuen autoritären und nationalistischen Bewegungen, die das Zusammenspiel von Fernsehbildern, Twitter, Facebook und YouTube solcherart in Szene setzen, dass neue Formen partikularer Gemeinschaftsbildung entstehen, die sich dem offiziellen Diskurs entziehen.

Der höchst effizienten Medienpolitik der neuen Rechten korrespondiert die Sprachfixierung des kritischen Journalismus, der auf die getwitterten Zwischenrufe, Lügen und Pöbeleien von Politikern, die es mithilfe aggressiver Medienkampagnen zu einiger Berühmtheit bringen, mit hilflosen Faktenchecks reagiert. Was dabei außer Acht bleibt, ist die Wahrnehmung derer, die – eingebunden in die Zirkulation von affektgenerierenden Worten, Bildern und Musiken – Teil einer kulturellen Gemeinschaft der Medienkonsumenten sind, die der Wahrheit ihrer radikal eigensinnigen Erlebenswelt folgt.

Nun ist die Erkenntnis, dass die Regeln liberaler Öffentlichkeit nicht dem Ideal eines demokratischen Diskurses entsprechen, so alt wie die Vollversorgung westlicher Haushalte mit Fernsehprogrammen; auch der Umstand, dass die Formen politischer Kommunikation sich mit der technologischen Medienentwicklung in atemberaubender Geschwindigkeit verändern, beschäftigt seit geraumer Zeit die Politik-, Kommunikations- und Medienwissenschaft. Und der feine Unterschied zwischen Fake und Fact erscheint angesichts der Tatsache, dass die Unverfügbarkeit letzter Wahrheiten das große Thema der Philosophie des vergangenen Jahrhunderts war, etwas anachronistisch.

Doch ist das, was sich theoretisch schlüssig formulieren lässt, längst nicht intuitiv zugänglich. Widerspricht es doch der Selbstwahrnehmung von Medienkonsumenten. Mag es sich bei diesen auch um Repräsentanten des kritischen Journalismus oder der Wissenschaft handeln, die über höchst komplexe Theorien der medialen Bedingungen gesellschaftlicher Interaktionsprozesse verfügen – bei der Kritik medialer Realitäten lassen sie sich immer wieder von einer Evidenzerfahrung leiten, die durchaus zu den Effekten des Medienkonsums gehört. Wider jede theoretische Einsicht wird intuitiv an dem Umstand festgehalten, dass unser Denken und Fühlen allein uns gehört; dass es aller medialen Interaktion vorhergeht und allein in unserer körperlichen Integrität seinen Ursprung hat.

Ihren Ausdruck finden diese Evidenzerfahrungen in einem Schematismus, der die Selbstwahrnehmung des Medienkonsumenten ebenso bestimmt wie die journalistische Kritik oder die wissenschaftliche Analyse. Man könnte vom kommunikationstheoretischen Schematismus sprechen, der alle Formen medialer Interaktion auf das Modell sprachlicher Mitteilung projiziert. Somit werden sie auf die Position eines autonomen Akteurs zurückgeführt, der sich souverän der Sprache, der Bedeutungssysteme oder der Wirkung bestimmter Medien bedient, um anderen seine Ansichten und Einsichten von der Welt zu vermitteln.

Ein solches Beschreibungsmodell mag für bestimmte Formen sozialer Interaktion durchaus seine Berechtigung haben. Aber es verfehlt die Interaktionsformen, die mit den audiovisuellen Medien entstanden sind und unter den Bedingungen des digitalen Zeitalters völlig neue Formen temporaler Gemeinschaften hervorgebracht haben.

Denn diese sind durch Vergemeinschaftungsprozesse bestimmt, die sich nicht auf diskursive Verständigung stützen, sondern auf die Produktion perzeptiver und affektiver Konfigurationen; eine Produktion, die den Horizont geteilter Weltsicht festlegt – und mithin noch die Position von Akteuren, ihre Verortung im Feld partikularer, aber gemeinschaftlich geteilter Wahrheiten. Anders gesagt, die mediale Interaktion konfiguriert eine von den Medienkonsumenten *geteilte Sinnlichkeit*, in die sie in ihrer körperlichen Realität eingebunden, verortet sind. Der Effekt dieser Sinnlichkeit besteht darin, ein „Wir“ entstehen zu lassen, dessen geteilter Wahrnehmungs- und Gefühlshorizont die partikularen Wahrheiten einer Gemeinschaft von Medienkonsumenten erzeugt; Wahrheiten, deren Entstehung nicht mit den gängigen Modellen der Kommunikation vernunftbegabter Akteure beschrieben werden kann.

Dass damit insbesondere ‚die Macht audiovisueller Bilder‘ angesprochen ist, mag sich allein schon aus dem Umstand erschließen, dass die im Netz kursierenden Datenmengen zu einem weit überwiegenden Teil eben audiovisuelle Bilder und keineswegs Textbotschaften sind; es sind vor allem die audiovisuellen Bilder, die sich über ein ganzes Jahrhundert hinweg, von den Propagandafilmen des Ersten Weltkriegs bis zu den Videos des IS oder den Musikclips semi-militanter Politgruppen, als mediale Aggregate vergemeinschaftender Affektgenerierung entwickelt haben. Eben deshalb beziehe ich mich im Folgenden zunächst und vor allem auf den Film, d. i. das filmische Bewegungsbild.

Damit will ich keineswegs die beängstigenden Entwicklungen gegenwärtiger Medienpolitiken zum aktuellen Aufhänger für ein durchaus akademisches Thema machen. Wenn ich die Frage nach der Funktion audiovisueller Bilder auf die aktuelle medienpolitische Situation beziehe, dann deshalb, weil ich das theoretische Konzept des filmischen Bewegungsbildes für ein grundlegendes Paradigma halte, um aktuelle Formen kultureller Gemeinschaftsbildung qua audiovisueller Bilder analytisch beschreiben zu können.

Man wird einen fundamentalen Widerspruch zwischen den medientheoretischen Diagnosen gegenwärtiger Medienkultur und dem kommunikationstheoretischen Schematismus konzedieren, der immer dann zum Tragen kommt, wenn die Inhalte audiovisueller Medien analysiert werden sollen; d. h., wenn man danach fragt, wie audiovisuelle Bilder für Medienkonsumenten Sinn machen und welche Wirkungen sie entfalten. Letztlich ist es diesem Schematismus zu verdanken, wenn die je neu reformulierten Modelle kognitiver, identifikatorischer, empathischer oder immersiver Rezeptionsprozesse theoretisch zwar konsistent ausgearbeitet sind, aber in der methodisch-systematischen Analyse regelmäßig die Komplexität ihrer Gegenstände unterlaufen. Man wird deshalb darauf beharren, dass

die Begriffe der Kritik, der Analyse, der Pädagogik audiovisueller Bilder, die sich auf der Höhe der theoretischen Reflexion der medialen Bedingungen kultureller Gemeinschaftsbildung bewegen, erst noch zu entwickeln sind.

Unsere mediale Gegenwart ist in der Zirkulation audiovisueller Bilder durch eine Form der Vergemeinschaftung bestimmt, in die unsere Körper als partialisierte Affekt- und Erregungseinheiten eingehen. Insofern stellt sich uns nicht mehr die Frage, wie Zuschauer audiovisuelle Bilder verstehen, wie sich die Prozesse dieses Verstehens beschreiben und analysieren lassen. Stattdessen ist zu fragen, was audiovisuelle Bilder in ihrem Konsum mit ihren Konsumenten machen. Und umgekehrt, was Konsumenten mit diesen Bildern machen, bzw. was sie machen können.

Es geht in diesem Buch also nicht um die theoretische Diagnose gegenwärtiger Medienkultur. Die Theorien audiovisueller Medienkultur sind längst hinreichend formuliert. Was fehlt, sind Konzepte, die Kritik und Analyse dergestalt instruieren, dass sie auf der Höhe der medientheoretischen Diagnosen operieren.

Auf den folgenden Seiten möchte ich deshalb Ansätze zur Theorie audiovisueller Interaktion eruieren, die methodische Vorgehensweisen einer induktiv verfahrenen, historisch-analytischen Forschung begründen. Denn nur in der Perspektive konkreter analytischer Studien lässt sich eine solche Theorie stetig weiterentwickeln. Ich werde also versuchen, einen methodischen Ansatz der Analyse audiovisueller Bilder theoretisch zu begründen, der sich auf audiovisuelle Bilder als *Medien der Wahrnehmung* bezieht. Medien, durch die zuallererst das hergestellt wird, was wir allzu beiläufig als gegeben voraussetzen: die phänomenale Wirklichkeit, die wir als eine gemeinschaftlich geteilte Wirklichkeit erleben.

Im Zentrum steht die Frage, wie audiovisuelle Bewegtbilder methodisch zu analysieren sind, wenn man sie als Medien begreift, die noch unser Wahrnehmen, Fühlen und Denken strukturieren; die uns einfügen in Wirklichkeitshorizonte, die ebenso partikular wie veränderbar sind.

Nun ist auch die Vorstellung, dass audiovisuelle Medien menschliches Denken und Fühlen nicht nur durch Inhalte beeinflussen, sondern es in seiner interaktiven Struktur konfigurieren können, vorderhand zwar kontraintuitiv – neu ist sie aber keineswegs; sie bildet das *Movens* eines theoretischen Diskurses, der die medientechnologische Entwicklung von Anfang an begleitet hat.

„Von Anfang an“, das meint hier konkret den historischen Einschnitt, der durch das filmische Bewegungsbild bezeichnet ist. Gemeint ist der Gedanke, dass filmische Bilder ein Denken und Fühlen generieren, das sich unmittelbar als kollektive Innervation vollzieht. So jedenfalls kann man es in den grundlegenden medientheoretischen Schriften, von Sergej Eisenstein über Walter Benjamin bis Marshall McLuhan, lesen.

Von Anfang an ist damit auch eine Zwiesichtigkeit angesprochen, die bis in die Medienpolitik der rechten Populisten reicht. Der Konsum audiovisueller Bilder impliziert immer auch – ich lehne mich damit an de Certeau an – den Spielraum taktischer Aneignung. Das heißt, er ist keineswegs auf manipulative Herrschaftsmechanismen und Machtprozesse zu reduzieren, sondern ermöglicht stets auch den kreativen Akt der Umgestaltung, der Aneignung und des eigensinnigen Gebrauchs. Bezogen auf die Geschichte des Films sprechen wir bei Cinopoetics deshalb von der ‚Poiesis des Filme-Sehens‘. Wir möchten damit die kreative Seite im Akt der Rezeption hervorheben, den Umstand, dass audiovisuelle Bilder eben erst in der Wahrnehmung der Rezipienten zu Bewegungsbildern werden. Der erste Teil der Studie wird versuchen, dieses Konzept als ‚Poetologie filmischen Denkens‘ zu entfalten.

Eine solche Theorie muss ihre Dignität in der kritischen Auseinandersetzung mit dem gegenwärtig bestimmenden theoretischen *Paradigma* erweisen: d. i. auf die analytischen Modelle bezogen das *Paradigma der Kognition*. Der Zugewinn an analytischer Präzision und sinnfälliger Beschreibung ist also in der kritischen Auseinandersetzung mit den *kognitionstheoretischen Grundlagen* der vorherrschenden Methodologien der Analyse audiovisueller Bilder zu präzisieren.

Soweit es die im strengen Sinne filmwissenschaftlichen Analysemodelle betrifft, beschränke ich mich dabei auf einen resümierenden Rekurs im ersten Teil des Buches. Für die eigentliche Auseinandersetzung mit den kognitionstheoretischen Grundlagen schien es uns gewinnbringend, jene Fachdisziplinen zu adressieren, die sich genuin als Kognitionswissenschaft begreifen, d. i. insbesondere die kognitive Psychologie und die kognitive Linguistik. Der Bezug auf die Metaphernforschung dient hier einerseits als Engführung; kommen doch aus dem Umfeld der ‚Kognitiven Metapherntheorien‘ in den letzten Jahren vermehrt Analysen audiovisueller Medien, die sich mit grundlegenden Entwicklungen in medienwissenschaftlicher Narratologie überschneiden. Andererseits spielt in unserer eigenen Forschung der Bezug auf die Metapher als grundlegendes Schema der Sinngenerierung eine zunehmend wichtige Rolle bei den Versuchen, den Diskurs audiovisueller Bilder in seiner historischen Dimension zu fassen.

Im zweiten Teil des Buches wird es also zunächst um die Kritik der methodischen Anwendung der Kognitiven Metapherntheorie auf audiovisuelle Bilder gehen. Im dritten Teil schließlich soll der medienanalytische Ertrag der Auseinandersetzung mit der Kognitiven Metapherntheorie ausbuchstabiert und als Konzept der ‚Cinematic Metaphor‘ auf den Begriff gebracht werden. (Da unsere Forschung in diesem Feld in weitgehend englischsprachigen Kontexten erfolgte, der Begriff aber kaum sinnvoll übersetzbar ist, habe ich mich dafür entschieden, die englische Bezeichnung beizubehalten. Sie wird synonym mit dem Terminus ‚Bewegungsbild-Metapher‘ verwendet.) Dieser Teil hat die Aufgabe, das Konzept

der Cinematic Metaphor nicht nur als Fluchtpunkt methodisch-systematischer Bewegungsbildanalysen herauszuarbeiten; er soll darüber hinaus in der Spanne von kognitiver Metapherntheorie und philosophischer Metaphorologie (Blumenberg) die methodische Analyse perspektivisch auf die kulturhistorische Dimension eines Diskurses audiovisueller Bilder hin öffnen.

Auch wenn das Buch vom Umfang her überschaubar ist, sind doch die Anregungen unzählbar, die durch Gespräche und Diskussionen darin eingegangen sind. Mein Dank dafür gilt zuerst unseren Gästen, die uns als Fellows und assoziierte Mitglieder von *Cinpoetics* in unserer Arbeit unterstützt und befördert haben. Ausdrücklich nennen möchte ich jene Kolleginnen und Kollegen, die uns durch ein Jahr Metaphernforschung begleitet haben: Warren Buckland, Lynne Cameron, Alan Cienki, Anne Eusterschulte, Kathrin Fahlenbrach, Petra Gehring, Raymond W. Gibbs, Jr., Oliver Lubrich, Irene Mittelberg, Cornelia Müller, Eve Sweetser und Martin Vöhler; dann gilt mein Dank der Kolleg-Forschergruppe selbst, deren unermüdliche Diskussionsfreude für mich zur Quelle steter Inspiration und Motivation geworden ist. Schließlich möchte ich allen danken, die mich bei der Fertigstellung dieses recht widerspenstigen Buches unmittelbar unterstützt haben: vor allem Daniel Illger, Eileen Rositzka, Hanno Berger, Jasper Stratil, Thomas Scherer und Christine Lötscher.