sozialer, kultureller (ästhetischer) sowie institutioneller Veränderungen und Prozesse zu verstehen, für die die Öffentlichkeitstheorie bislang nur schwach gerüstet ist. Mit dem Hereinwachsen von „Unterhaltung" in die unterschiedlichen Felder der Massenkommunikation ist jedoch von deren öffentlichkeitsprägender Wirkung auszugehen, wie bereits die Arbeiten von Dörner, Hartley, van Zoonen, Dyers gezeigt haben.

Dass für Müller neben dieser zentralen Frage in der Auseinandersetzung mit Unterhaltung in weiteren Beiträgen gerade die Sportkommunikation und insbesondere der Fußball einen wichtigen Gegenstand bildet, versteht sich indes nicht von alleine. Aber nach Müller lassen sich gerade an der Rolle und Stellung populärer Sportarten in der Unterhaltungsproduktion und der Art und Weise der Berichterstattung über diese Formen des Sports relevante Rückschlüsse auf die veränderte Pragmatik der Unterhaltung ziehen. Wichtig erscheint ihm, dass Sport und insbesondere Fernsehfußball durch Formen der „Narrativierung, der Stilisierung und der Reflexion systematisch auf das Zustandekommen einer Unterhaltungserfahrung" (73) gepolt werden. Im Unterschied dazu ist die durch den Kommentar erfolgte Narrativierung des Gesehenen für die Herstellung des Gemeinschaftserlebens im Stadium aber auch im öffentlichen Raum, etwa beim Public Viewing, überflüssig. Die ästhetische Form der Unterhaltung ist eine andere, im institutionalisierten Rahmen der Unterhaltungsproduktion zielen beide Formen aber durchaus vergleichbar auf die Stiftung von Gemeinschaft sowie Identität.

Das Zusammenspiel der oben genannten drei Dimensionen verdeutlicht und beleuchtet Müller auch an dem aktuell weiterhin beobachtbaren Prozess des performativen Realitätsfernsehens. Der schon 1995 in der Zeitschrift *Montage/AV* unter dem Titel „Fernsehunterhaltung *goes reality*" erschienene Text ordnete bereits viele der Entwicklungen in pragmatischer Perspektive ein, die bis heute in der Unterhaltungsforschung umstritten sind.

Ob die Ausführungen in dem das Buch abschließenden Schlussteil ebenso weitsichtig sind, wie die in den vorangehenden Studien, wird sich erst an den zukünftigen Entwicklungen zeigen. Die auf den Studien aufbauende theoretische Reflektion versteht sich jedenfalls zu Recht als ein Angebot für künftige Forschungen. Für diese ist zu hoffen, dass auch von den getroffenen begrifflichen Unterscheidungen Gebrauch gemacht wird. Für kommende Auseinandersetzungen hat Müller unter dem stimmigen Titel „Not only Entertainment" eine bereits an zahlreichen Fallbeispielen erprobte Perspektive zu einem begrifflich und theoretisch belastbaren Rahmen weiterentwickelt.

Udo Göttlich

Anja Peltzer

Identität und Spektakel

Der Hollywood-Blockbuster als global erfolgreicher Identitätsanbieter

Konstanz: UVK 2011. – 240 S.

ISBN 3-531-14870-2

In Zeiten fortschreitender Individualisierung und Globalisierung avanciert der Begriff der Identität zu einem zentralen Erklärungsmoment, das nahezu universalistisch jegliches soziales Phänomen einer modernen Gesellschaft zu beschreiben und deuten vermag. Insbesondere im Hinblick auf die Auswahl, die Zuwendung und die Aneignung von Medien, Medieninhalten und Medienfiguren verspricht es, mehr oder weniger plausible Zusammenhänge zwischen den individuellen Lebenslagen und Lebensbewältigungen moderner Menschen und ihren besonderen Medienpräferenzen aufzuzeigen. Anders ausgedrückt: Die gesellschaftlichen Anforderungen, die an das moderne Individuum gestellt werden, implizieren eine bestimmte Art und Weise, sich mit medialen Angeboten sinn- und identitätsstiftend auseinanderzusetzen. Diese Sichtweise hat sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten insbesondere durch die zunehmende Reputation der Grundannahmen und Befunde der Cultural Studies sowie des Einsatzes von subjekt-handlungsorientierten Forschungsparadigmen und nicht zuletzt der verstärkten Diskussionen um eine Theorie der Mediensozialisation durchgesetzt.

Die Dissertation von Anja Peltzer, die Anfang des Jahres als Buch erschienen ist, knüpft an die vornehmlich in der Soziologie, Kommunikationswissenschaft und Medienpädagogik geführten Auseinandersetzungen an. Die Autorin widmet sich im ersten Drittel ihres Buches dem theoretischen Überbau, in dem sie zunächst in klassische Ansätze einführt, die die Entstehungsbedingungen und Notwendigkeiten personeller Identität erörtern. Sie arbeitet heraus, inwieweit die im Rahmen globaler Medienkulturen generierten, populären Identitätsangebote des Hollywood-Films von den Rezipienten für ihre Identitätskonstruktionen genutzt werden können. Dabei arbeitet sie gewissenhaft den Stand der Diskussion um die Metaprozesse Globalisierung und Mediatisierung auf und versucht, diese im Hinblick auf ihre je-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2011-4-593, am 12.10.2024, 11:22:19
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

weilige Relevanz für personelle Identitätskonstruktionen auf der Mikroebene darzustellen und zu überprüfen. Insbesondere der traditionelle, semiotisch fundierte Ansatz George Herbert Meads und das zeitgenössische sozialpsychologische Konzept Heiner Keupps zur Erklärung von Identitätskonstruktionen scheinen ihr geeignet um zu zeigen, dass sich Identitäten heute vornehmlich als „mediatisierte Identitäten" offenbaren.

Die der Arbeit zugrunde gelegte These lautet: „Wenn kommerziell erfolgreiche Filme auf die etablierten Formen, Werte und Normen ihres gesellschaftlichen Umfeldes verweisen, dann verweisen die global erfolgreichen Filme Hollywoods – die Blockbuster – auch auf global kompatible Vorstellungsmuster von z. B. personeller Identität" (S. 97). Um diese These empirisch zu untermauern, nimmt Peltzer eine „filmische Identitätsanalyse" vor, d. h. sie untersucht die audiovisuellen Inszenierungen von Identitätskonstruktionen der Protagonisten ausgewählter Blockbuster aus den Jahren 2006 und 2007. Die Basis für ihre Analysen stellen die weltweit erfolgreichen Filme *Pirates of the Caribbean: Dead's Man Chest*, *The Da Vinci Code*, *Ice Age: The Meltdown*, *Harry Potter and the Order of the Phoenix*, *Pirates of the Carribean: At World's End* und *Spider-Man 3* dar. Als Nachweis für die globale Kompatibilität führt sie die jeweiligen Spitzenplatzierungen der Filme auf den Box-Office-Listen der Jahre 2006 und 2007 an. Im Zentrum ihrer Filmanalysen stehen „politische, spätmoderne und globale Aspekte, die in den Filmen angelegt sind" (S. 100). Ihre Forschungsfragen richtet Peltzer „sowohl auf das sprachliche Detail, indem danach gefragt wird ‚wie' die Identitätsangebote gemacht werden, als auch auf wiederkehrende filmische Ausdrücke und Muster, die sich im Vergleich der Filme herausstellen" (S. 103).

Die Ansprüche an das Methodendesign formuliert die Kommunikationswissenschaftlerin im zweiten Drittel ihres Buches wie folgt (S. 103f.): „Es sollte die Flüchtigkeit des filmischen Materials für die Analyse aufheben und damit (..) für ein gewisses Maß an Transparenz in der Verschriftlichung der Interpretation sorgen. Zweitens sollte es eine systematische Selektion sowie eine Vergleichbarkeit des Materials ermöglichen, und drittens sollte Raum für detaillierte Analysen und Interpretationen am Film bleiben". Die Autorin präferiert letztlich einen dreistufigen Analyseprozess: Zunächst nimmt sie a) eine Triangulation von Inhalts- und Filmsequenzanalyse vor, um aus dem Gesamtmaterial die Schlüsselstellen – so genannte Identity Points – für den thematischen Fokus ihrer Arbeit herauszufiltern. Im nächsten Schritt unterzieht sie b) diese Identity Points einer Detailanalyse, die sich an semiotischen Paradigmen orientiert. Schließlich bezieht sie c) in einer komparativen Analyse die Ergebnisse der Detailanalysen der Identity Points aufeinander. Im Zentrum ihrer anspruchsvollen Studie stehen stets die verschiedenen Identitätskonzeptionen der (ausschließlich männlichen) Protagonisten und die Frage, inwieweit diese vom Publikum als Angebote gedeutet und verstanden werden können.

Nach ausführlichen Erklärungen und Rechtfertigungen des Prozederes sind die Erwartungen des Lesers bzw. der Leserin im Hinblick auf die Ergebnisse geschürt. Vor dem Hintergrund des methodischen Aufwandes respektive der kleinteiligen Codierungen sowie semiotischen Analysen fallen die Ergebnisse insgesamt jedoch eher nüchtern aus. So kann mit den Analysen der Identity Points gezeigt werden, dass „es ganz bestimmte filmische Ausdrucksweisen sind, die zur Entstehung des Eindrucks von der Identität einer filmischen Figur beitragen und zwar so, dass den Figuren den Moment überdauernde Eigenschaften, eigene Biografien, wenn nicht sogar ein eigenes Bewusstsein, zugestanden werden" (S. 176). Peltzer betont, dass in jedem Film das filmisch individualisierte Gesamtarrangement der identitären Inszenierungselemente zur Entstehung der filmischen Identität beiträgt, aber letztlich der Zuschauer Freiräume besitzt, diese für sich anzunehmen. So entsteht die Identität der Filmfigur „erst im Rezeptionsprozess als mentales Bild, in welchem die filmischen Angebote und die identitären Erfahrungshintergründe des Zuschauers zusammenlaufen" (ebd.). Dieser Befund verweist auf diverse filmsoziologische Studien und nicht zuletzt auf die Erkenntnisse der Vertreter und Vertreterinnen der Cultural Studies. Trotz der zunächst in Bezug auf Charakter und Handlungsauftrag heterogen anmutenden Protagonisten, arbeitet Peltzer als Gemeinsamkeit einen politischen „Sowohl-als-auch"-Habitus heraus. Die im Fokus stehenden Protagonisten begreifen sich als Gemeinwohlvertreter, die die individuellen Interessen der Mitglieder ernstnehmen und diese als schützenswert erachten. Gleichwohl müssen manche Interessen auch dem Gemeinwohlinteressen untergeordnet werden. Die sechs Filme tragen – so das Fazit der Autorin – mit „ihren politischen Weltentwürfen und Formeln primär zur Stabilisierung konventioneller, etablierter Handlungsmuster bei" (S. 180). Die politischen Handlungsorientierungen (Gut-Böse-Schemata) sind in der Regel einfach zu verstehen und nachzuvollziehen.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2011-4-593, am 12.10.2024, 11:22:19
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Der Zuschauer wird politisch kaum *ge-* oder *über*fordert. Kommen moralische Grenzverletzungen, Rücksichtslosigkeiten oder eigennützige Verhaltensweisen vor, was eher selten der Fall ist, so trüben sie das Image des Helden insgesamt jedoch nicht. Soziale Anpassungsprozesse werden überwiegend gratifiziert. Peltzer schlussfolgert, dass häufig in den Hollywood-Blockbustern das Changieren der Protagonisten zwischen Individualitätsansprüchen und Gemeinwohlorientierung verhandelt wird, und dies sei ein Konflikt, der dem Publikum moderner Gesellschaften vertraut sei, so dass es sich transnational wiederfinden kann. Hier regt sie in ihrem kurzen Schlusskapitel weiterführende Rezipientenuntersuchungen an, die die Prozesse der transnationalen oder auch transkulturellen Filmaneignung differenzierter erfassen und erklären können sollten.

Die Erkenntnisse, die die Arbeit von Anja Peltzer zu Tage fördert, sind alles in allem – und insbesondere für Filmwissenschaftler/innen – sicherlich eher unspektakulär. Allerdings ist ihre Arbeit „*Identität und Spektakel*" für die sozialwissenschaftlich orientierte Medien- und Kommunikationsforschung insofern von Interesse, als dass sie die Möglichkeiten und Grenzen inhalts- und filmanalytischer Verfahren veranschaulicht. Die Studie knüpft an bedeutsame kommunikationswissenschaftliche Diskurse an und greift eine populäre Fragestellung auf, die für Studierende äußerst interessant sein könnte. Allerdings ist die ambitionierte Untersuchung, die eine Qualifizierungsarbeit ist, aufgrund der eher strukturarmen Einführung in die Theorien zur Identität und Mediatisierung sowie der komplexen methodischen Anlage für diese Leserschaft leider wohl eher ungeeignet.

Dagmar Hoffmann

Klaus Sachs-Hombach / Rainer Totzke (Hrsg.)

Bilder-Sehen-Denken

Zum Verhältnis von begrifflich-philosophischen und empirisch-psychologischen Ansätzen in der bildwissenschaftlichen Forschung

Köln: Halem, 2011. – 451 S.

ISBN 978-3-86962-006-0

Die Idee für das vorliegende Buch lieferte die gleichnamige internationale Fachtagung, die im März 2009 an der Technischen Universität Chemnitz stattgefunden hat. Mehrheitlich wurden die jeweiligen Vorträge verschriftlicht. Entstanden ist eine reich bebilderte Anthologie, die vom Herbert von Halem Verlag in gewohnter Weise sorgfältig editiert und liebevoll aufbereitet wurde. Insgesamt umfasst der zweisprachige Sammelband zwanzig Beiträge, elf deutsch- und neun englischsprachige, die jeweils einem der drei Hauptkapitel „methodologisch-philosophische Grundlagen der Bildwissenschaft", „empirisch-psychologische Forschungen" und „Einzelaspekte und Anwendungen" zugeordnet sind. Diese Dreiteilung spiegelt das Bemühen um eine interdisziplinäre Annäherung zwischen Philosophie und (kognitiver) Psychologie. Der Schwerpunkt des Bandes liegt auf der Betrachtung der Bildrezeption bzw. der „rezeptiven Seite der Bildkommunikation" (S. 10), einem der konstituierenden Elemente einer Bildwissenschaft. Eine derartige Bildwissenschaft wird hier „als der Versuch verstanden (…), Bildsein und vor allem auch die Fähigkeit, mit Bildern umzugehen, zu bestimmen im Rahmen der Frage: Was ist Bildkompetenz? Der Fokus verschiebt sich dadurch insbesondere auf den Bildverwender" (S. 11).

Den Auftakt des Bandes bildet der Beitrag des Budapester Philosophen Kristóf Nyíri. Dieser ist insbesondere als Plädoyer zu verstehen, sich auch heute noch intensiv mit den Schriften des Kunsthistorikers Ernst (Hans) Gombrich auseinanderzusetzen. Der niederländische Literatur- und Medienwissenschaftler Charles Forceville möchte in seinem Aufsatz insbesondere geisteswissenschaftlichen Lehrenden Chancen aufzeigen, wie sie ihren Beitrag zur jungen Disziplin der Bildwissenschaft beitragen können. Insgesamt beschränkt er sich bei seinen sechs Hinweisen ein wenig zu stark auf Allgemeinplätze. Hier hätte man sich etwas mehr Substanz erhofft, insbesondere da Forceville sich u. a. auch auf immerhin 17 seiner eigenen Publikationen stützt. Es bleibt der Beigeschmack eines Desiderats. Mit dem evolutionsbiologisch geprägten Beitrag des Chemnitzer Philosophen Ferdinand Fellmann nimmt der Band aber dann doch an Fahrt auf: „In der Magie der Bilder sehe ich den Kern einer Bildanthropologie, die im Menschengesicht das Urbild, die Imago erkennt, aus der alle anderen Bilder ihre Bedeutung beziehen" (S. 64). Der in Chicago wissenschaftlich sozialisierte Philosoph John Kulvicki beschäftigt sich mit den Problemen der Mehrdeutigkeit bei der Wahrnehmung von Bildern und der damit verbundenen visuellen Erkenntnis.

Die Hamburger Kulturphilosophin Eva Schürmann setzt sich in ihrem Beitrag mit den Übergängen vom Sehen zum Denken auseinander. In gewisser Weise ist damit dieser Auf-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2011-4-593, am 12.10.2024, 11:22:19
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb