

Simone Winko

Emotionskodes und ihre Vermittlung. Zur pragmatischen Basis von Literatur und Film

2002

<https://doi.org/10.25969/mediarep/140>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Winko, Simone: Emotionskodes und ihre Vermittlung. Zur pragmatischen Basis von Literatur und Film. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Jg. 11 (2002), Nr. 2, S. 122–128. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/140>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

https://www.montage-av.de/pdf/112_2002/11_2_Simone_Winko_Emotionskodes.pdf

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Simone Winko

Emotionskodes und ihre Vermittlung

Zur pragmatischen Basis von Literatur und Film

Einer Literaturwissenschaftlerin mit dezidiert konsumorientierter Beziehung zum Film steht es gut an, sich einer Pragmatik des Films über eine Pragmatik der Literatur zu nähern. Bei aller Verschiedenheit sind Berührungspunkte deutlich, die im Laufe des vorliegenden Beitrages unterstrichen werden.

Pragmatiken der Literatur gibt es einige. Die meisten stammen aus dem angelsächsischen Sprachraum, datieren aus den 1980er und 1990er Jahren und werden nur zögernd von der deutschsprachigen Literaturtheorie aufgenommen.¹ Dabei ist ‚Pragmatik‘ alles andere als ein eindeutiger Begriff, den zu klären nicht Aufgabe dieses Textes sein kann. Statt dessen mag die Frage genügen, was denn die pragmatischen Literaturtheorien kennzeichne. Sie beziehen sich auf linguistische bzw. sprachphilosophische Rahmentheorien, konzeptualisieren das Umgehen mit Literatur in seinen verschiedenen Varianten mit Hilfe eines Kommunikationsmodells; entsprechend situieren sie das Verhältnis zwischen Autor, Text und Leser. Sie konzentrieren sich auf die kommunikativen Strategien der literarischen Interaktion, sind nicht zeichenzentriert; sie interessieren sich weniger für Strukturen als vielmehr für Prozesse und verstehen unter ‚Bedeutung von Literatur‘ eine Größe, die sich aus den kommunikativen Faktoren ergibt. Pragmatische Ansätze nehmen also eine umfassende Perspektive auf Literatur ein. Plausibel sind sie immer dann, wenn Akte der Kommunikation beschrieben werden. Was aber ist mit dem ‚Faktor Text‘?

Im „Call for Papers“ der *Montage/AV* und in den Bezugstexten von Hans J. Wulff und Francesco Casetti (2001) wird von den Stereotypen und den Konventionalisierungen des Kinos gesprochen. Schreibt man diesen eine wichtige Funktion für die Bestimmung des jeweils untersuchten Kulturprodukts zu, dann liegt ein pragmatisches Modell schon recht nahe. Solche Stereotypen und Konventionalisierungen gibt es für Literatur jeder Höhenlage ganz genauso, und sie sind ebenso zentral. Es sind die Muster und Schemata, die Bilder und

1 Siehe etwa die Monographien und Sammelbände von Adams 1985; Sell 1991; Lecercle 1999. Erste Ansätze gab es im deutschsprachigen Raum in den 1970er Jahren. Eine Vorreiterrolle kam der Zeitschrift *Literaturwissenschaft und Linguistik* (etwa mit ihrem Heft zur *Pragmatik und Didaktik der Literatur* 1973) sowie Hess-Lüttich (1980) zu; Gaiser (1993) hat einen institutionellen Ansatz vorgelegt.

sprachlichen Typisierungen, die einen Text als Produkt seiner Kultur bzw. Sprachgemeinschaft ausweisen. Sie bilden als solche auch noch kein Zeichen für triviale oder ‚Schemaliteratur‘, wie von implizit genieästhetischer Warte aus noch immer gern vermutet wird, sondern sind erforderlich, damit ein Text überhaupt funktioniert, z.B. verstanden werden kann. Hier liegt also einer der angekündigten Berührungspunkte, an den ich im Folgenden anknüpfen werde.

Ein für Literatur wie für Film gleichermaßen wichtiges ‚Set‘ solcher Konventionalisierungen und Stereotype bilden die Emotionskodes, die eingesetzt werden, um Gefühle zu vermitteln. Die in der Literaturwissenschaft lange Zeit vernachlässigte Analyse von Emotionen² stellt ein gutes Beispiel für die Notwendigkeit dar, eine pragmatische Theorie der Literatur zu vertreten. Unumgänglich ist eine solche pragmatische Theorie nicht nur dann, wenn man die Produktions- oder die Rezeptionskomponente von Literatur untersucht, sondern auch, wenn man die Texte und ihre Beschaffenheit in den Mittelpunkt des Interesses stellt.

Die Rezeptionsperspektive ist in der wissenschaftlichen, vor allem der empirischen Erforschung emotionaler Phänomene häufiger eingenommen worden. Sowohl für Literatur als auch für den Film liegen erweiterte kognitionspsychologisch orientierte Studien vor. Dennoch wissen wir erst wenig über den Zusammenhang zwischen Emotionen und dem Aufnehmen bzw. Verstehen von Texten. Fragen wie die, welche Bedeutung im Rezeptionsprozess den Emotionen der Leser zukommt und wie sich deren emotionales Wissen auswirkt (etwa Miall 1989; Kneepkens/Zwaan 1995), werden zwar gestellt, doch die Antworten sind fast ebenso unvollständig wie jene auf die Frage, welche Rolle der Textfaktor für die emotionale Reaktion beim Lesen spielt (vgl. Halasz 1991; Cupchik/Leonard/Axelrad/Kalin 1998). Als ein wenn auch nicht überraschendes, so doch wichtiges Ergebnis solcher Untersuchungen ist festzuhalten, dass beim Lesen Emotionen im Hörer hervorgerufen werden, und zwar nicht nur als Folge besonders ‚gefühlsgeladener‘ Texte, sondern als konstitutives Element in jedem Verstehensprozess. Jeder Leser aktiviert emotionales Wissen und überträgt es auf die gelesene Situation, um das auf der fiktionalen Ebene Dargestellte überhaupt verstehen zu können.³ Für Filme dürfte dasselbe gelten.⁴ Die Emo-

2 In der Filmwissenschaft ist die Anerkennung der emotionsvermittelnden Leistung ihres Gegenstandes offenbar selbstverständlicher und weniger wertbesetzt als in der Literaturwissenschaft; vgl. jüngst den umfassenden Beitrag von Eder 2002.

3 So z.B. Graesser/Zwaan 1995. „Verstehen“ sei hier und im Folgenden nicht als normativer Begriff im Sinne eines ‚adäquaten Verstehens‘ aufgefasst.

4 Vgl. hierzu Wilhelm 1993; die Beiträge des *Poetics*-Sonderbandes *Emotions and Cultural Products* 1995; Wulff 2001.

tionen, die den Lese- bzw. Verarbeitungsprozess leiten, haben dabei eine vergleichbare Funktion wie die Schemata, deren Leistung in kognitiv orientierten Modellen des Textverstehens schon lange nachgewiesen worden ist (Rumelhart 1980).

Diese notwendigerweise pragmatisch zu konzipierende Rezeptionsperspektive ist jedoch nur die eine Seite der Medaille; die andere machen die textuellen Strategien aus, mit denen Stimmungen und Emotionen vermittelt werden (vgl. Winko 2003). Wenn Leser im Rezeptionsprozess emotionales Wissen aktivieren, um die Texte bzw. Filme zu verstehen, dann ist es sehr wahrscheinlich, dass sie dies nicht willkürlich tun; denn dafür sind die Reaktionen zu homogen. Vielmehr müssen sie in irgendeiner Weise durch Signale im Text geleitet werden. Welche Rolle spielt also der ‚Faktor Text‘ in der Vermittlung von Emotionen? Auch diese textbezogene Fragestellung lässt sich mit Hilfe eines pragmatischen Ansatzes am besten angehen, oder anders gesagt, bestimmte textuelle Strategien der Informationsvergabe erfordern ebenfalls einen pragmatischen Rahmen, damit sie angemessen konzeptualisiert werden können.

Diese Behauptung setzt eine bestimmte Auffassung des untersuchten Phänomens voraus, für die drei Grundannahmen wichtig sind:

1. Emotionen sind nicht ‚rein subjektiv‘. Die weit verbreitete Meinung, Gefühle seien individuelle Größen, die sich einem objektiven oder auch nur intersubjektiven Zugriff entziehen, basiert auf einer zu engen Auffassung von Stimmungen, Affekten oder Emotionen. Nur in einer Hinsicht bilden sie psychophysische Phänomene, die Menschen auf nur ihnen zugängliche Weise wahrnehmen. Solche Phänomene in Texten ‚finden‘ zu wollen, wäre in der Tat ein abwegiges Unternehmen. Tatsächlich hat man mit der subjektiven Wahrnehmbarkeit jedoch erst einen Aspekt des vielschichtigen Phänomens erfasst; ein weiterer, für Textanalysen erheblich wichtigerer liegt in der sozialen und kulturellen Prägung von Emotionen.

2. Emotionen sind kulturell kodiert. Zum Wissen einer Kultur gehören das Wissen über die psychophysische Beschaffenheit und Ausdrucksform von Emotionen sowie die normierenden ‚emotionalen Regeln‘, die festlegen, in welchen Situationen ein Individuum welche Emotionen fühlen sollte und welche Form des Ausdrucks als adäquat gilt. Das kulturelle Wissen über Emotionen kann propositional, episodisch und prozedural organisiert sein (Foppa 1994, 95f) und beeinflusst über mentale Schemata Wahrnehmung und Deutung der Wirklichkeit. Dieses Wissen bestimmt nicht nur den kommunizierten Ausdruck, sondern bereits die subjektive Wahrnehmung von Emotionen. Semiotisch betrachtet, stellen Emotionen einen eigenständigen Kode dar und sind zugleich selbst kulturell kodiert (Vester 1991, 76, 94ff, passim). Diese Kodierun-

gen repräsentieren das gemeinsame kulturelle Wissen über Emotionen, formen und kontrollieren Wahrnehmung wie auch Ausdruck von Emotionen und prägen das Wissen über emotionsauslösende Situationen. Wie aber kommt dieses Wissen in die Texte?

3. Kulturelles Wissen über Emotionen wird medial gespeichert und vermittelt. Ein solches Speichermedium ist die Sprache. Sprecher können ihre Emotionen und die Emotionen anderer sprachlich sowohl bezeichnen als auch ausdrücken bzw. präsentieren. Für beide Arten der Bezugnahme auf Emotionen stehen verschiedene konventionalisierte sprachliche Mittel zur Verfügung. Zur Thematisierung sind die Propositionen in einem Text zu rechnen, die sich auf Emotionen beziehen und die in aller Regel explizit formuliert werden. Präsentiert werden Emotionen dagegen meist implizit oder indirekt. Zu diesem Zweck lassen sich alle sprachlichen und formalen Mittel einsetzen, mit denen literarische Texte gestaltet werden, also z.B. die Handlungsführung eines Textes und seine Figurengestaltung, Erzählstrategien, etwa die Wahl des Modus, vor allem die Fokalisierung, und der Stimme, unterschiedlich komplexe rhetorische Figuren, zahlreiche syntaktische Mittel sowie Wortwahl, Metrum, Rhythmus und Reim. Da diese Mittel in literarischen Texten häufiger als in nicht-literarischen angewendet werden, stellt die Präsentation von Emotionen eine Analysekategorie dar, die für literarische Texte von besonderer Bedeutung ist (vgl. zum Film Hickethier 1983; Eder 2002).

Im kommunikativen Prozess zwischen Autor, Text und Leser spielen die Emotions-Kodes also für die Gestaltung des Textes eine entscheidende Rolle, und das heißt auch: Merkmale eines Textes lassen sich auf diese Codes hin untersuchen. Nun legt die Redeweise vom „Kode“ es nahe, die Aktivität des Lesers auf ein ‚Dekodieren‘ zu beschränken, also auf eine Entschlüsselungsoperation, der enge Grenzen des Gelingens gesetzt sind. Jedoch sollte diese Redeweise nicht so verstanden werden, dass eine Eins-zu-eins-Übertragung von Inhalten vorausgesetzt wird. Die Metapher verweist vielmehr auf die Prozessstruktur, nicht auf das Resultat der Interaktion. Es geht hier um denselben Typ von Relation wie beim ‚Verstehen‘ (und Analysieren) kognitiver Komponenten: um die Zuordnung von Bedeutung zu einer sprachlichen Größe. Will man emotionale oder auch kognitive Bedeutungen in und von Texten verstehen, bezieht man sich in beiden Fällen auf dieselbe Konstellation. Autor und Leser partizipieren an kulturellen Codes, die im textbasierten Interaktionsprozess eine entscheidende Rolle spielen, (historisch interessierte) Interpreten versuchen, diese zu rekonstruieren. Die Codes können, gerade in den Künsten, vielfältig sein; vorauszusetzen sind sie aber stets, auch als Folie für die ‚wertvolle‘ innovative Abweichung. Ohne solche Codes kann literarische – kognitiv wie emotional

ausgerichtete – Kommunikation nicht funktionieren. Ihre Verwendung im Text legt bestimmte Inferenzen (Graesser/Zwaan 1995, 120ff) aufseiten der Leser nahe, d.h. bestimmte Schlüsse oder Relationierungen, die die Leser veranlassen, das betreffende Textsegment auf eine oder auch mehrere typisierte Weisen zu verarbeiten. In einer Analyse der ‚Emotionen im Text‘ werden die identifizierbaren Codes sowie die jeweils eingesetzten sprachlichen (im Film auch die visuellen und akustischen) Mittel und Textstrategien rekonstruiert.

Um diese, soeben grob skizzierte Relation zwischen Produzent und Rezipient zu beschreiben, scheint mir die in den Beiträgen von Wulff und Casetti (2001) verwendete Metapher vom Vertrag nicht geeignet zu sein, da sie eine zu starke ‚willentliche‘ Komponente enthält und zudem die Rolle der Texte minimiert. Verträge kann man kündigen, auch einseitig brechen; zugleich aber kommuniziert man miteinander. Diese Doppelgleisigkeit ist im Fall der infragestehenden Relation nicht gegeben, da es hier um die Bedingung dafür geht, dass Kommunikation überhaupt zustande kommt. So könnte zwar ein Autor versuchen, die gemeinsame kulturelle Basis zu verlassen und ganz neue sprachliche Mittel einzusetzen, um Emotionen, die er sich vorstellt, im Text zu präsentieren oder um seine eigenen Gefühle auszudrücken. Ein solcher Versuch aber muss scheitern, entweder an der fehlenden Verständlichkeit des Resultats – dann findet keine Kommunikation statt; oder aber daran, dass der Autor sich tatsächlich nicht von den kulturellen Mustern lösen konnte – dann war die Prämisse illusorisch, aber die Kommunikation funktioniert. Sie kommt auch dann zustande, wenn ein Leser mit textuell ‚unangemessenen‘ Gefühlen auf das Gelesene reagiert. Wollte man die kommunikative Grundkonstellation auf eine direkte Beziehung zwischen einem verursachenden Subjekt und seinem anvisierten Partner festlegen, dann wären ihre Möglichkeiten deutlich eingeschränkt. Texte können auch unabhängig von Ziel und Schreibstrategie ihres Verfassers oder von der jeweiligen Realisierung durch die Leser emotionale Codes enthalten.

Fazit: Emotionen zählen mit zu den Konstituenten, die die Bedeutung literarischer Texte bestimmen. In einem kultursemiotisch fundierten, pragmatischen Modell der Literatur lassen sie sich sehr gut erfassen. Die Modell-Basis teilen Literatur und Film, auch wenn letzterer schon wegen der größeren Anzahl seiner möglichen emotionsbindenden Kanäle besser geeignet ist, Gefühle zu vermitteln und zu regulieren. Medial variabel sind – nicht weiter verwunderlich – die eingesetzten Mittel und ihre Verwendungstraditionen.

Literatur

- Adams, Jon-K. (1985) *Pragmatics and Fiction*. Amsterdam: Benjamins.
- Casetti, Francesco (2001) Filmgenres, Verständigungsvorgänge und kommunikativer Vertrag. In: *Montage/AV*, 10,2, S. 155–173.
- Cupchik, Gerald C. / Leonard, Garry / Axelrad, Elise / Kalin, Judith D. (1998) The Landscape of Emotion in Literary Encounters. In: *Cognition and Emotion* 12,6, S. 825–847.
- Eder, Jens (2002) „Noch einmal mit Gefühl“. Zu Figur und Affekt im Spielfilm. In: *Film und Psychologie – nach der kognitiven Phase?* Hrsg. v. Jan Sellmer & Hans J. Wulff. Marburg: Schüren, S. 93–108.
- Foppa, Klaus (1994) Wie muß man was wissen, um sprechen (und verstehen) zu können? In: *Sprache und Kognition. Perspektiven moderner Sprachpsychologie*. Hrsg. v. Hans-Joachim Kornadt, Joachim Grabowski & Roland Mangold-Allwinn. Heidelberg: Spektrum, S. 93–111.
- Gaiser, Gottlieb (1993) *Literaturgeschichte und literarische Institutionen. Zu einer Pragmatik der Literatur*. Meitingen: Literatur und Wissenschaft.
- Graesser, Arthur C. / Zwaan, Rolf A. (1995) Inference Generation and the Construction of Situation Models. In: *Discourse Comprehension. Essays in Honor of Walter Kintsch*. Hrsg. v. Charles A. Weaver, Suzanne Mannes & Charles R. Fletcher. Hillsdale: Erlbaum, S. 117–139.
- Halasz, Laszlo (1991) Emotional Effect and Reminding in Literary Processing. In: *Poetics* 20,3, S. 247–272.
- Hess-Lüttich, Ernest W. B. (Hrsg.) (1980) *Literatur und Konversation. Sprachsoziologie und Pragmatik in der Literaturwissenschaft*. Wiesbaden: Athenaion.
- Hickethier, Knut (1983) Luisens Blässe und die rauchige Stimme der Dietrich. Die Erregungen in den Medien und unsere Gefühle. In: *Ästhetik und Kommunikation* 53/54, S. 65–90.
- Kneepkens, E. W. E. M. / Zwaan, Rolf A. (1995) Emotions and Literary Text Comprehension. In: *Poetics* 23,1–2, S. 125–138.
- Lecerle, Jean-Jacques (1999) *Interpretation as Pragmatics*. Basingstoke: Macmillan.
- Literaturwissenschaft und Linguistik* (Pragmatik und Didaktik der Literatur) (1973, 9/10). Hrsg. v. Eduard Schaefer. Frankfurt a.M.: Athenäum
- Miall, David S. (1989) Beyond the Schema Given: Affective Comprehension of Literary Narratives. In: *Cognition and Emotion* 3,1, S. 55–78.
- Poetics* (Emotions and Cultural Products) (1995, 23, 1/2). Hrsg. v. Nico Frijda u.a. Amsterdam: Elsevier.

- Rumelhart, David E. (1980) Schemata. The Building Blocks of Cognition. In: *Theoretical Issues in Reading Comprehension*. Hrsg. v. R. J. Spiro, B. Bruce & W. Brewer. Hillsdale: Erlbaum, S. 33–58.
- Sell, Roger D. (Hrsg.) (1991) *Literary Pragmatics*. London/New York: Routledge.
- Vester, Heinz-Günter (1991) *Emotion, Gesellschaft und Kultur. Grundzüge einer soziologischen Theorie der Emotionen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wilhelm, Peter (1993) *Kurze Filmszenen als Stimulusmaterial zur experimentellen Erzeugung der Grundemotionen Angst, Ärger, Ekel, Trauer, Überraschung und Heiterkeit*. Freiburg i. Br.: Psychologisches Institut der Universität Freiburg.
- Winko, Simone (2003) *Kodierte Gefühle. Zur Poetik der Emotionen. Am Beispiel lyrischer und lyriktheoretischer Texte um 1900*. Berlin: E. Schmidt [in Vorbereitung].
- Wulff, Hans Jürgen (2001) Konstellationen, Kontrakte und Vertrauen. Pragmatische Grundlagen der Dramaturgie. In: *Montage/AV*, 10,2, S.131–154.
- Wulff, Hans J. (2001) *Empathie als Dimension des Filmverstehens*. Unveröff. Ms.