

Phil Rieger

Marcus Stiglegger: Film als Medium der Verführung: Einführung in die Seduktionstheorie des Films

2024

<https://doi.org/10.25969/mediarep/21922>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Rieger, Phil: Marcus Stiglegger: Film als Medium der Verführung: Einführung in die Seduktionstheorie des Films. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 41 (2024), Nr. 1, S. 75–76. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/21922>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Marcus Stiglegger: Film als Medium der Verführung: Einführung in die Seduktionstheorie des Films

Wiesbaden: Springer VS 2023, 164 S., ISBN 9783658404772, EUR 19,99

Marcus Stiglegger knüpft mit der als Lehrbuch deklarierten Veröffentlichung an seine Habilitationsschrift *Ritual und Verführung: Schaulust, Sinnlichkeit & Spektakel im Film* (Berlin: Bertz + Fischer, 2006) an. Mit dem Satz „Film ist Verführung“ (S.1) beginnt Stiglegger sein Lehrbuch und legt so den programmatischen Grundstein für eine innovative Neubetrachtung von Film. Der Ansatz der Seduktionstheorie zeichne sich durch seine Möglichkeit zu einer „nicht-normativen“ (S.5) Analyse von Filmen aus. Diese sei prinzipiell offen für alle Filme, was sowohl den Film mit transgressiven Inhalten als auch den populären Film einschließt. Erfreulich für ein Lehrbuch sind dabei die ausgewählten Beispiele, die auch aktuellere Produktionen umfassen. Beispielhaft seien hier Filme wie *Black Swan* (2010), *A Marriage Story* (2019) oder *Tenet* (2020) genannt.

Verführung wird beschrieben als „die Summe medialer Strategien, mit denen die filmische Inszenierung arbeitet, um uns als Publikum für sich zu gewinnen, zu überraschen, zu überzeugen und möglicherweise von unserem gewohnten Weg abzubringen“ (S.1f.). Ausgehend vom Begriff der *séduction* – basierend auf Ideen des französischen Philosophen Jean Baudrillard, welche er unter anderem in *De la séduction* (Paris: Editions Galilée, 1979) formulierte – konzipiert Stiglegger drei Ebenen

der filmischen Verführung: Auf der ersten Ebene verführe der Film zu sich selbst. Ein Film adressiere hier durch Strategien wie den Trailer, das Genre oder seine Besetzung offensichtliche Begehrensstrukturen des Publikums und wolle so „letztlich das Interesse des potenziellen Zuschauers wecken“ (S.4). Auf einer zweiten Ebene verführe der Film zu einer Aussage, die den Zuschauer:innen durch die manifeste Handlungsebene nahegelegt wird. Die bei Baudrillard sogenannte ‚verdeckte Verführung‘ bildet die dritte Ebene der Seduktion. Ziel dieser sei es, den Zuschauenden „gegen seine vermeintlich gefestigte Position vom vertrauten Weg abzubringen“ (S.5). Die dritte Ebene der Seduktion kann erst durch eine eingehende Analyse freigelegt werden, die eine mehrfache Sichtung von und hermeneutische Arbeit an den filmischen Inszenierungselementen erfordert (vgl. ebd.). Die Mittel der Seduktion liegen hierbei vor allem im Bereich der Performanz, Narration und Ethik. Wer hier allerdings eine detaillierte Methodik für eine Analyse sucht, wird sie nicht finden. Dies ist aber auch nicht das ernannte Ziel der Seduktionstheorie, sondern entspricht ganz dem wissenschaftlich zyklischen Denken Stigleggers einerseits und hält so andererseits ihre notwendigen Bezüge zu weiteren Disziplinen offen. Vor einer Instrumentalisierung des filmischen Werks zur Veranschaulichung bereits

feststehender Theorien wird jedoch gewarnt – viel eher gebe es eine umgekehrte Beweislast: Aus der Inszenierung selbst leitet sich der Zugriff auf weitergehende Konzepte und Theorien ab (vgl. S.6).

Das Lehrbuch gliedert sich in einen einleitenden Teil, der eine Übersicht über die Genese der Theorie gibt, gleichzeitig aber auch bereits zentrale Analysekatoren vorstellt und diese mit anschaulichen Beispielen erörtert. In den weiteren Kapiteln werden die interdisziplinären Bezüge der Seduktionstheorie deutlich: „Film und Philosophie“, „Körper, Kino und Performanz“, „Seduktion und Ethik“, „Seduktion und Genre“ sowie die „Verführung zum Mythos“. Darüber hinaus werden im letzten Kapitel bereits erprobte Möglichkeiten für eine über den Film hinausgehende Medienanalyse vorgestellt.

Wie bereits angekungen, begegnet den Lesenden eine Fülle an Denkbäuden aus dem Bereich der Kontinentalphilosophie, Psychoanalyse, Cultural Studies, klassischer Filmtheorie bis hin zur Religionswissenschaft

und weiteren. So erscheinen Filme wie *Capote* (2005), *Melancholia* (2011) oder *Nocturnal Animals* (2016), aber auch das Œuvre von Christopher Nolan, in einem neuen Licht beziehungsweise bringen uns als (wiederkehrende) Zuschauer:innen auf den erklärten Abweg. Besonders hervorzuheben ist die Analyse des 2019 erschienenen Films *Joker* von Todd Phillips, anhand dessen die subjektive Perspektive der psychotischen Hauptfigur herausgestellt und sie in den Kontext US-amerikanischer Gesellschaftsstrukturen eingeordnet wird (vgl. S.132ff.).

Insgesamt wird die Veröffentlichung dem Anspruch eines Lehrbuchs mehr als gerecht: Das in seiner Komplexität ansteigende Modell der Seduktionstheorie wird pointiert dargestellt und mit aussagekräftigen Beispielen veranschaulicht. Das vorliegende Buch sei nicht nur Studierenden und Tätigen im Bereich der Filmwissenschaft empfohlen, sondern allen, die sich für eine analytische Arbeit an Medien interessieren.

Phil Rieger (Hannover)