

Seduktion, filmische

von engl. *seduction*, frz. *séduction* = Verführung

Die Seduktionstheorie des Films geht von zwei Prämissen aus, die als elementare Eigenschaften des narrativen Kinos begriffen werden: Erstens ist Film selbst Verführung; einen Film zu sehen, bedeuten, von ihm verführt zu werden. Und zweitens bleibt Film immer ein phantomhaftes Medium, ein temporäres ‚Lichtspiel‘ auf der Leinwand oder dem Bildschirm, das sich einem materiellen Zugriff entzieht. Der aus den philosophischen Schriften von Jean Baudrillard abgeleitete Begriff der *Seduktion* (franz. *séduction*) bezeichnet Verführung in einem grundsätzlichen Sinne als Manipulation oder Suggestion, die der Filmzuschauer erfährt. Die Funktion der Seduktion lässt sich auf drei Stufen nachweisen: (1) Der Film verführt zu sich selbst, um letztlich das Interesse des potentiellen Zuschauers zu wecken. Auf dieser Ebene, die auch den Trailer, die Promotion und Aspekte wie Besetzung, Budget und Genre umfasst, wird die Erwartung und das Begehren des Zuschauers stimuliert. (2) Der Film kann eine spezifische Aussage propagieren. Das gilt sowohl für den expliziten ideologischen Propagandafilm wie auch für Filme mit leicht durchschaubaren polaren Erzählmustern, die sich in eindeutigen Zuweisungsstrukturen erschöpfen. Zahlreiche kommerzielle Hollywoodproduktionen arbeiten mit der Favorisierung einer spezifischen Aussage, die dem Zuschauer nahegelegt wird (etwa der affirmative Militärfilm *Top Gun*, 1985, Tony Scott). (3) Die erst durch eine seduktionstheoretisch fundierte Analyse eruierbare dritte Ebene der Verführung verdeutlicht, wie der Film zu einem in der Metaebene verborgenen Ziel verführt. Hier werden spezifische Begehrensstrukturen deutlich, die Schlüsse auf ideologische Subtexte zulassen. Während die beiden ersten Ebenen der Seduktion recht leicht erkennbar sind, stellt die dritte Ebene die tatsächliche Herausforderung an den Zuschauer dar, den das Ziel der Seduktion – wie der Verführung allgemein – ist es, ihn gegen seine vermeintlich gefestigte Position vom vertrauten Weg abzubringen. Die filmischen Mittel und Ebenen der Seduktion im Film liegen auf der Ebene der Performanz: Bewegung, Körper, Sinnlichkeit, also Sexualität, Kampf, Choreographie. Sie sind auch im Bereich der Narration zu finden, als epische Erzählung oder verdeckte Mythologie. Und sie liegen auf der ethischen Ebene, etwa indem der Zuschauer einem Ambivalenz-Erlebnis ausgesetzt wird. Mittel der Feinanalyse ist die dichte Beschreibung des filmischen Zeichensystems, die durch hermeneutische Neubetrachtung jeweils verfeinert wird. Ziel ist es, die seduktiven Strukturen, die in der Inszenierung angelegt und verdeckt wurden, offenzulegen.

Literatur: Stiglegger, Marcus: *Ritual & Verführung. Schaulust, Spektakel und Sinnlichkeit im Film*. Berlin: Bertz + Fischer 2006. – Ders.: Die Seduktionstheorie des Films. Verführungsstrategien filmischer Inszenierung am Beispiel von Philippe Grandrieux' *Sombre* (1999), in: Kleiner, Marcus S. / Rappe, Michael (Hrsg.): *Methoden der Populärkulturforschung. interdisziplinäre Perspektiven auf Film, Fernsehen, Musik, Internet und Computerspiele*. Berlin [...]: Lit 2012, S. 85-114. – Kosta, Barbara: *Willing Seduction. „The Blue Angel“, Marlene Dietrich, and Mass Culture*. New York/Oxford: Berghahn Books 2009 (Film Europa: German Cinema in an International Context. 8.).

Referenzen

[Seduktionstheorie des Films](#)

From:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/s:seduktionfilmische-8257>

Last update: **2013/05/22 20:11**

