

Mediale Kultur der Gefühle

Von Annika Franzetti

Nicht Inhalte bleiben auf lange Sicht in Erinnerung, sondern die Gefühle zu den Informationen. Bereits Anfang der 70er Jahre hat die Psychologin Hertha Sturm in ihren Studien belegt: Emotionale Eindrücke bleiben auch mit zunehmendem Abstand zur Veröffentlichung stabil, während das von den Medien vermittelte Wissen medienunabhängig – erst schneller und dann langsamer – vergessen wird (vgl. Sturm/von Haebler/Helmreich 1972). Im Kontext der Berichterstattung zum G20-Gipfel in Hamburg gewinnt dieses Ergebnis an aktueller Bedeutung.

Es dauerte nur einen Tag, dann gab der Deutsche Presserat am 11. Juli 2017 eine Erklärung heraus: „G20-Proteste: Presserat prüft Beschwerden zu Fotos in BILD-Bericht“ (Presserat 2017). Der Hintergrund: Am 10. Juli 2017 erscheint die Deutschlandausgabe der „Bild“-Zeitung mit Fotos von Personen, die abgelichtet wurden, während sie angeblich bei den Protesten in Hamburg Straftaten verübt hatten. Übertitelt war die Fotocollage mit „Gesucht! Wer kennt diese G20-Verbrecher? Sachdienliche Hinweise bitte an die nächste Polizei-Dienststelle.“ (BILD 2017). Die Kritik an dieser emotional aufgeladenen Aktion und Beschwerden beim Presserat ließen nicht lange auf sich warten. Fragwürdig an dieser Form der Berichterstattung sind nicht nur die offensichtliche Vorverurteilung und Hetze gegen Einzelpersonen. Fragwürdig erscheint darüber hinaus die Art wie die „Bild“ hier die Emotionen ihrer Leser bedient und befördert und so die aufgeheizte Stimmung des G20-Wochenendes verstärkt und verfestigt – allerdings mit einem wichtigen Unterschied: Wut und Entsetzen über die Ausschreitungen richten sich jetzt nicht mehr gegen eine anonyme Masse von Gewalttätern, sondern gegen Einzelpersonen.

„Bild“ hatte Emotionen transportiert, herausgefordert und heraufbeschwört. Mit einem Thema, das ohnehin emotionsgeladen ist, ist das keine Kunst. Die liegt wohl eher im gegenteiligen Vorgehen. So machte die 20-Uhr-Ausgabe der „Tagesschau“ in der ARD an den Tagen des G20-Gipfels am 7. und 8. Juli 2017 nicht die gewalttätigen Ausschreitungen zu ihrem Aufmacher,

Annika Franzetti,
Dipl.-Journ.,
ist Lehrkraft für
besondere Aufgaben
am Studiengang
Journalistik
der Katholischen
Universität Eichstätt
und Redakteurin
von Communicatio
Socialis.

sondern die politische Bilanz des Treffens. Gleichermaßen gilt für die 19-Uhr-Ausgabe von „heute“ im ZDF: Der Fokus lag zunächst auf den im Vergleich zu den Krawallen eher sperrigen Inhalten. Natürlich soll das nicht heißen, dass die Bilder, die in „Tagesschau“ und „heute“ zu sehen waren, keine Emotionen bei den Zuschauer_innen hervorriefen – aber der Fokus lag offensichtlich nicht darauf, gefühlsverstärkend zu berichten.

Es ließen sich viele weitere Beispiele aufführen, die zeigen: Emotionen spielen bei der Verbreitung medialer Inhalte ebenso wie bei der Rezeption eine entscheidende Rolle. Diese Er-

kenntnis brachten Ulrich Saxer und Martina Märki-Koepp bereits vor 25 Jahren durch den Terminus „Medien-Gefühlskultur“ auf den Punkt: Weil Medien zum Ziel haben, das Publikum zu erreichen, komme es zu einer Verschmelzung von Information und Emotion

(vgl. Saxer/Märki Koepp 1992, S.15). Massenmedien erbrächten nicht nur objektive Leistungen – also die Informationsfunktion –, sondern auch eher subjektive Leistungen, also die Gratifikation bzw. die emotionale Bedürfnisbefriedigung. Emotionen also sind untrennbar verwoben mit Medien und ihrer Rezeption: Sie beeinflussen, wie wir Informationen aufnehmen und was wir mit ihnen machen und nicht zuletzt auch, was Informationen mit uns machen und sind damit aus medienethischer Perspektive ein relevanter Gegenstand. Und das gerade in emotional aufgeregten Zeiten von „Wutbürgern“, „Shitstorms“ und „Hatespeech“. *Communicatio Socialis* widmet sich daher im aktuellen Schwerpunkt „Emotionen und Medien“ diesem facettenreichen Thema.

Frank Schwab leitet den Schwerpunkt mit einem ausführlichen Überblick über die bisherige medienpsychologische und kommunikationswissenschaftliche Forschung über Emotionen in Medien ein. Dabei stellt er auch neue theoretische Ansätze vor, die einer veränderten Medienlandschaft und neuen Interaktionsformen gerecht zu werden versuchen. Ihm folgen zwei Aufsätze über die Auswüchse negativer Emotionsäußerungen im Netz.

Mit möglichen Ursachen von Hass-Kommunikation im Internet beschäftigt sich Kai Hafez; er geht das Thema interdisziplinär an. Politikwissenschaft, Kultursoziologie und Kommunikationswissenschaft dienen ihm als multiperspektivische Grundlage für die Forderung nach einer neuen kommunikativen Ethik. Ihm schließt sich Marlis Prinzing an, die ihren Beitrag

dem Cybermobbing speziell an Schulen widmet. Anhand zahlreicher Beispiele und aktueller Studien zeigt sie Ausmaß und Konsequenzen des virtuellen Prangers und entwickelt Forderungen zur speziellen Präventionsarbeit mit jungen Menschen.

Melanie Verhovniks Beitrag illustriert wie Kriminalitätsfurcht in Folge von Medienrezeption entstehen kann und welche Faktoren dabei eine Rolle spielen. Sie kann zeigen, dass die subjektive emotionale Unsicherheit und Furcht sich nicht mit objektiven Kriminalitätsstatistiken decken. Ein Beispiel für positive Emotionalität im Netz stellt Manuel Menke in den Mittelpunkt seines Beitrags. Ihm geht es um Erinnerungsgemeinschaften, die online vernetzt einen emotionalen Zugang zu einer gemeinsamen Vergangenheit teilen.

Otto Kettmann zeigt, wie wichtig Emotionen inzwischen für die mediale Vermittlung von Informationen sind und wie professionell und geplant sie über verschiedenste Stilmittel evoziert werden. Er will Deutschland zwar noch nicht auf das Schlagwort „Unterhaltungsrepublik“ reduziert sehen, fürchtet aber durch das Schüren vor allem negativer Emotionen einen tiefgehenden Vertrauensverlust in gesellschaftsrelevante Institutionen. Und schließlich stellt Hannah Kappes im Interview mit *Communicatio Socialis* Redakteurin Susanne Wegner das multimediale und internationale Bildungsprojekt „#uploading_holocaust“ vor, in dem deutsche und israelische Jugendliche sich ihren Gefühlen zur gemeinsamen Vergangenheit stellen und diese reflektieren.

Literatur

BILD, Deutschlandausgabe vom 10. 7. 2017.

Deutscher Presserat (2017): G20-Proteste: Presserat prüft Beschwerden zu Fotos in BILD-Bericht. Pressemitteilung vom 11. 7. <http://www.presserat.de/presserat/news/aktuelles/>.

Saxer, Ulrich/Märki-Koepp, Martina (1992): *Medien-Gefühlskultur. Zielgruppenspezifische Gefühlsdramaturgie als journalistische Produktionsroutine*. München.

Sturm, Hertha/ von Haebler, Ruth/Helmreich, Reinhard (1972): *Medienspezifische Lerneffekte. Eine empirische Studie zu Wirkungen von Fernsehen und Rundfunk*. München.

Wichmann, Wolfgang (2017): „Bild“ sucht G20-Randalierer. „Fahndungsaufrufe sind Aufgabe der Polizei“. Tagesschau.de, faktenfinder vom 10. Juli. <http://faktenfinder.tagesschau.de/inland/gzwanzig-147.html>.

Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 18.7.2017.