

Tagungsbericht „Fernsehen und Emotionen“

Universität Hamburg 12.-13.01.2007, Gästehaus der Universität

Vom 12.-13.01.2007 kamen auf Einladung der Arbeitsstelle für Film- und Fernsehforschung an der Universität Hamburg deutsche Medienwissenschaftler und Medienwissenschaftlerinnen zu einer Workshop-Tagung mit dem Thema „Fernsehen und Emotionen“ zusammen.

Im Rahmen des ersten Themenblocks am 12.01. forderten Rolf von Lüde (Hamburg) und Christian von Scheve (Berlin) einen interdisziplinären Ansatz, um den Zusammenhang zwischen den Entstehungsprozessen individueller und kollektiver Emotionen zu beschreiben. Aus soziologischer Perspektive stellen Medien den Individuen simultane Erlebnisformen bereit, welche zur Verfestigung vorhandener Schemata und Homogenisierung im Umgang mit emotionalen Erfahrungen führten. Knut Hickethier (Hamburg) stellte in seinem Vortrag über die „Bedeutung der Emotionsdarstellung und -evokation“ grundlegende Funktionen von Fernsehemotionen dar. Das Fernsehen übernehme – wie andere Medien auch – die Funktion, (unangemessene) Emotionen zu disziplinieren. Durch die mediale Kanalisation von Emotionen würden Gefühlsregungen beherrschbar gemacht. Folge dieses Prozesses sei die Gettoisierung von Gefühlen in der privaten Medienrezeption bei gleichzeitiger Entemotionalisierung des öffentlichen Lebens und Emotionskontrolle als Idealzustand. Unter dem Titel „Fernsehen – Ritual – Emotion“ beschrieb Reinhold Viehoff (Halle) den rituellen Charakter des medialen Ereignisses – insbesondere der TV- (Live-) Übertragung – als Erfahrung kollektiven Emotionserlebens, das an die Stelle faktischer Teilhabe tritt. Ritualisierte Ereignisse fänden in unserer Medienkultur ihren Ausdruck und ihre Form in der medialen Präsentation.

Der zweite Themenschwerpunkt widmete sich dem konkreten Medienprodukt: Joan K. Bleicher (Hamburg) zeichnete die Tendenzen der „Emotionalisierungsstrategien in TV Movies und Reality Soaps“ anhand historischer und aktueller Beispiele („Mamifilme“, „Krankheit der Woche“ usw.) nach. Sie unterschied dabei Strategien der Emotionalisierung auf Ebene der Sender, die ihr Programm zielgruppenspezifisch oder genrespezifisch auf Leitemotionen ausrichteten, von solchen, die direkt in der Inszenierung Anwendung fänden (Kameraarbeit, Schauspielstil usw.). Als Entwicklung sah sie eine zunehmende Hybridisierung verschiedener Fernsehformate, die in der Folge zu höherer Komplexität und Erweiterung des dargestellten Emotionsspektrums führten. Vladislav Tinchev (Hamburg) warf einen Blick auf die Programmstruktur des Montag-Krimiabends beim Fernsehsender „VOX“ und konnte in der Aufeinanderfolge der Serien „CSI-New York“, „Criminal Intent“ und „Crossing Jordan“ eine Zunahme psychologisch-emotionalisierender Inszenierungsstrategien nachweisen – von tendenziell unmittelbaren basalen Emotionsauslösern (z.B. in Form von Schockmomenten) über kognitiv reflektierte Gefühlsdispositionen (Verhörsituationen) bis hin zur Darstellung von komplexen figurenzentrierten Emotionen, bei denen das

Kriminalgeschehen in den Hintergrund tritt. Jens Eder (Hamburg) untersuchte „Die komplexe Emotionalität des Fernsehens“ anhand der Animé-Serie „Ranma ½“. Auf verschiedenen Ebenen der Rezeption ließen sich unterschiedliche Formen emotionalen Erlebens für den Zuschauer erkennen: Aufgrund der tendenziellen Gestaltungsfreiheit und Kontrolle sei es ein besonderes Potenzial des Animationsfilms, Emotionen auf thematischer und perzeptueller Ebene zu triggern.

Am 13.01. standen zunächst zwei Vorträge zu Musik und Ton auf dem Programm: Rüdiger Danielzik (Hamburg) ließ eine unterhaltsame Mixtour an Fernsehmusiken erklingen und beschrieb unter anderem am Beispiel der Entwicklung des „Tagesschau“-Jingles die Verbindung emotionaler und musikalischer Konzepte vor historischem Hintergrund. Hanns-Werner Heister (Hamburg) untersuchte das zunehmend populäre Genre des musikbegleiteten Naturfilms („Deep Blue“, „Planet Erde“) mit kritischen Augen und Ohren: Der Soundtrack „überkleistere“ all zu oft das Geschehen vor der Kamera, anthropomorphisiere die Phänomene der Natur und suggeriere konventionelle emotionale Konstellationen und narrative Elemente (Protagonist/Antagonist, Spannungsbögen), welche die natürlichen Vorgänge komplett verfälschen würden.

Der letzte Themenkomplex widmete sich den Kurzformaten Nachrichtenbeitrag, Werbung und Musikvideo. Kathrin Fahlenbrach (Halle) machte auf „Emotionale Ästhetik und audiovisuelle Metaphern in der Fernsehberichterstattung“ aufmerksam. Sie betrachtete die Gestaltung des Amateurvideos von Saddam Husseins Hinrichtung (das auszugswise auch im deutschen Fernsehen gezeigt wurde) in Hinblick auf Elemente kognitiver Metaphern (in diesem Fall: Tod), welche dem Zuschauer bestimmte emotionale Urteile über das Geschehen nahe legten. Auch im Weiteren verfolgte sie die These einer emotionalen Topologie inner- und außermedialer Räume in der Fernsehberichterstattung. Anne Bartsch (Halle) zeigte anhand von Musikvideos und Beispielen aus der Werbung das emotionale Potenzial von „Mikro-Narrationen im Musikvideo und im Werbespot“. Oft würden kurzfristige audiovisuelle Eindrücke genügen, eine komplexe kognitive Assoziationsstruktur auszulösen, die wiederum narrative Gestalt annehmen und Emotionen wie auch emotionale Urteile auslösten. Sie beschrieb zwei Grundtendenzen solcher Mikro-Narrationen: die schnelle Aufeinanderfolge von emotional kodierten Schlüsselszenen sowie die Verwendung audiovisueller Metaphern, wie etwa die Todesmetaphorik im Clip zu Madonnas Song „Frozen“.

Die Vorträge von Thomas Koebner („Die ersten zehn Minuten eines Kriminalfilms“) und Vinzenz Hediger („Die Grundstimmung der Fußballübertragung ist die Melancholie“) mussten leider ausfallen.

Vielen Dank an Sonja Lorenzen-Sapori und ihr Team vom Gästehaus der Universität Hamburg sowie an Detlev Leuschner vom Medienzentrum der Departments Sprache, Literatur, Medien I+II.

Marta Bohmann und Maike Reinerth