merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Andreas Lange und Susanne Eggert: Stimmungsregulation durch Medien

Lange Zeit wurden Medienwirkungen sowie die Aneignung von Medien durch die Rezipientinnen und Rezipienten vor allem unter Bezug auf Kognition und Verhalten diskutiert. Im Schlepptau der breiten Hinwendung der Soziologie wie der Psychologie zum Feld der Emotionen begeben sich auch Kommunikations- und Medienwissenschaften ins Gefühlsgefilde. Medien sind aus der Perspektive der Grundlagenforschung wiederum für die Emotionsforschung interessant, weil sie einer-seits eine wichtige Instanz der Sozialisation von Emotionalität darstellen und andererseits, weil sie in Zeiten der Aufmerksamkeitsökonomie Gefühle und Stimmungen instrumentalisieren – teilweise auch kommerzialisieren. Nicht nur die dafür klassisch in Haftung genommene Werbung ist hier an-zuführen, auch ein weites Spektrum von anderen Formaten und Genres spielt dabei eine große Rolle. Das Wiederaufleben einer kritischen Theorie der Gesellschaft hat zu dieser Betrachtungsweise beigetragen – an allererster Stelle sind hier die Arbeiten von Eva Illouz (2006) zu nennen. Sie vertritt die These, dass die Herausbildung des Kapitalismus nicht zu verstehen ist, ohne die parallele Entwicklung einer stark spezialisierten, intensiven emotionalen Kultur. Männer und Frauen werden im Verlauf des 20. und 21. Jahrhunderts immer mehr dazu angehalten, sich nicht nur in der Familie, sondern auch am Arbeitsplatz intensiv mit ihren Emotionen auseinander zu setzen. Gespiegelt und verstärkt wird diese Tendenz dann im gesamten Spektrum von Medieninhalten. Anhand eines normalen Tagesablaufes lässt sich die Spannbreite der Stimmungsregulierung durch Medien, also der Erwartungen hinsichtlich ihrer emotionalen Nutzbarkeit und ihrer partiellen Habitualisierung, veranschaulichen. Die morgendliche Antriebslosigkeit wird durch den Radiowecker vertrieben, die frustrierende Schulbusfahrt durch die persönliche Sammlung von Songs auf dem iPod erträglicher gestaltet.

Das Abchecken der SMS dient dem Selbstwertgefühl und der nachmittägliche Besuch des Netzes dem Ausagieren angestauter Aggressionspotenziale, während die abendliche Soap eine Bühne für das spielerische Ausleben romantischer Gefühlsentwürfe darstellt. Auch die sozialen Kontexte, in denen sich Heranwachsende bewegen, sind teilweise stark mit Stimmungen und Gefühlen aufgeladen, die dann wiederum durch Medieneinsatz orchestriert oder in-tensiviert werden – man denke an den sprichwörtlichen „Ghettoblaster", den jugendliche Gruppenmitglieder zur Inszenierung ihrer territorialen Ansprüche und ihrer Identität einsetzen oder aber an die konstitutive Bedeutung, welche die gemeinsame Rezeption von Horrorvideos zur sozialen Konstruktion eines gemeinsamen Gruselgefühls einnehmen. Neben den bewusst vorgenommenen, gewissermaßen strategischen Regulierungen der Emotionen durch die Rezipientinnen und Rezipienten selbst dürfen allerdings die emotionalen Auswirkungen nicht außer Acht gelassen werden, die durch die Medienberichterstattung insgesamt ausgelöst werden können. Dies trifft insbesondere für die mediale Repräsentation von Schicksalsschlägen, Unglücksfällen, Kriegen, Terroranschlägen oder Katastrophen zu. Hier sind starke Emotionen bis hin zur Übererregung denkbar. In einem solchen Fall stellen Medieninhalte regelrechte Belastungen und Stressoren dar, wie Knieper (2006) anhand seiner Untersuchung zu den Auswirkungen der Tsunami-Berichterstattung ansatzweise nachweisen kann. Und auch Theunert und Schorb (1995) haben in einer Untersuchung zum Umgang von Acht-bis 13-Jährigen mit Fernsehinformation festgestellt, dass diese bei den Kindern vor allem dann starke Emotionen hervorruft, wenn sie einen Bezug zum eigenen Erleben herstellen können. Schon dies alleine regt dazu an, die medienpädagogischen Konsequenzen der intensiven Emotionalisierung von Medien näher auszubuchstabieren. Vor diesem Hintergrund lohnt es sich, der Frage, wie sich generell die Fähigkeit entwickelt, Emotionen zu regulieren, etwas mehr Aufmerksamkeit zu schenken.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Dies leistet Heinz Kindler, indem er erst ein Vorverständnis von Emotionen erarbeitet, unterschiedliche Ebenen der Emotionsregulation unterscheidet und dann systematisch die Stufen vorstellt, entlang derer sich die Kompetenz, die eigenen Emotionen zu steuern, entwickelt. Wichtig für zukünftige medienwissenschaftliche und medienpädagogische Vertiefungen ist dabei sein Hinweis, dass neben allgemeinen Entwicklungsverläufen auch interindividuelle Unterschiede festzustellen sind. Holger Schramm und Werner Wirth liefern einen Überblick über den Stand der einschlägigen Diskussion in der Medienforschung. Besondere Aufmerksamkeit widmen sie dabei der Mood-Management-Theorie und ihren aktuellen Erweiterungen. Abschließend zeigen sie, wie Kinder mit angsterregenden Medieninhalten umgehen, und leiten daraus pädagogische Folgerungen ab. In zwei weiteren Artikeln stehen jugendrelevante Medien und ihre Bedeutung für Emotionsentwicklung und -regulierung im Zentrum. Anja Hartung und Wolfgang Reißmann erläutern die Bedeutung von Musik in der Adoleszenz. Sie machen deutlich, dass Musik nicht nur die momentane Gefühlsarbeit beeinflusst, sondern auch dazu dient, das eigene Lebensgefühl zum Aus-druck zu bringen und soziale Atmosphären zu gestalten. Ingrid Möller wendet sich in ihrem Beitrag dem Bereich der Bildschirmspiele zu und stellt zunächst fest, dass die Beliebtheit von Computer- und Videospielen eng mit dem Erleben positiver Gefühle beim Spielen zusammenhängt.

Davon aus-gehend zeigt sie, inwiefern Bildschirmspiele gezielt zur Stimmungsregulierung bzw. Emotionsmanipulation eingesetzt werden. Im Zusammenhang mit den möglichen Effekten, die das Spielen auf den affektiven Zustand der Spielenden haben kann, geht sie besonders auf die möglichen Auswirkungen von Gewaltspielen ein.

Literatur

Illouz, Eva (2006). Gefühle in Zeiten des Kapitalismus. Adorno-Vorlesungen 2004. Frankfurt am Main: Campus

Knieper, Thomas (2006). Die Flut im Wohnzimmer. Die Tsunami-Berichterstattung als traumatischer Stressor für die bundesdeutsche Bevölkerung. Publizistik, 51, 1, S. 52-66

Theunert, Helga/Schorb, Bernd (1995). ‚Mordsbilder': Kinder und Fernsehinformation. Berlin: Vistas