

Kommunikation ohne Affekt kann nicht gelingen:

Zum Verhältnis von Emotionen und Journalismus

Margreth Lünenborg

Öffentlichkeit als rationales Projekt

- Element europäischer Aufklärung
- Feministische und post-koloniale Kritik
- Dichotomie von Privatheit und Öffentlichkeit
- Leerstellen: Affektivität – Performativität - Körperlichkeit

‘Turn to Affect’ in Kultur- und Sozialwissenschaften

- Fokus auf affektive Dynamiken von Interaktion (human/non-human)
- Affekt als *Movens* menschlichen Handelns
- Relationales Affektverständnis:
 - situativ hergestellt
 - zwischen Menschen und Artefakten (Medien, Medientechnologien)
- Herstellung von Zugehörigkeit: ‚Wir‘ – ‚die Anderen‘

Journalismus und Emotionen

1. Emotionen sind (und waren historisch) zentraler Bestandteil journalistischer Kommunikation.

Frankfurter Allgemeine

Stanislaw Tillich tritt zurück



© dpa

Journalismus und Emotionen

2. Das Konzept vom Journalisten als „unbeteiligten Beobachter“ und der „objektiven Darstellung“ von Wirklichkeit ist Bestandteil der „*Illusio*“ des sozialen Feldes.

ZEIT  ONLINE

"Wie Pitbulls auf Speed"



Hamburg knickt schon seit
Jahren vor linker Gewalt ein



Polizei im Einsatz in Hamburg, 7. Juli 2017
© Thomas Lohnes/Getty Images



Hamburg zu G20: Krawalle, Straßenschlachten,
brennende Autos und Barrikaden © Wolf Lux

Journalismus und Emotionen

3. Journalismus wirkt mit an der gesellschaftlichen Regulation und Konventionalisierung von Emotionen.



Journalismus und Emotionen

4. Affektive Praktiken von Nutzerinnen und Nutzern irritieren professionelle Routinen des Journalismus.



Journalismus und Emotionen

5. *Affective Publics* als performative Vergemeinschaftung –
situativ, temporär, instabil.



#METOO

