

Atmosphäre

Gerd Hallenberger

Es ist Nacht. Ein dunkler Wald. In der Ferne hört man ein Käuzchen. Das Knacken eines Astes. Keuchendes Atmen. Mehrere Vögel fliegen auf. Ein Geräusch, als ob der Spannhebel einer Pistole in den Griff gedrückt wird ... In dieser fiktiven Filmszene ist bis jetzt noch überhaupt nichts passiert: Keine Person ist aufgetreten, kein Wort ist gesprochen worden. Dennoch wurde bereits eine Stimmung etabliert – eine etwas unheimliche, bedrohliche. Die verwendeten Mittel sind zwar ausnahmslos Klischees, dazu sind sie aber erst geworden, weil sie tatsächlich schon sehr oft benutzt worden sind.

Vor allem die fiktionalen Genres „Horror“ und „Thriller“, bei denen die Erzeugung von Angst eine zentrale Rolle spielt, haben dafür ein umfangreiches Repertoire von Werkzeugen jenseits von Dialog und Handlung entwickelt. Damit veranschaulichen sie exemplarisch, wie wichtig die Atmosphäre bei Medienangeboten sein kann. Zur Verfügung stehen dabei prinzipiell alle medialen Ausdrucksmittel, bei Bild wie bei Ton. Auf der Bildebene lassen sich Stimmungen beispielsweise durch Bildauswahl, Licht und Schatten, Farbwahl, Schärfe und Unschärfe sowie Schnitt befördern und natürlich durch die Gestaltung des Szenenbildes. Auf der Tonebene können Musik oder Musikfragmente, Natur- oder Umweltgeräusche und allgemein das Sounddesign der Produktion einen Beitrag zur Herstellung einer bestimmten Atmosphäre leisten.

Dank der langen Geschichte der musikalischen Begleitung von Spielfilmen, die schon in der Stummfilmzeit durch teilweise improvisierte Untermalung begann, haben sich in diesem Bereich zahlreiche genrespezifische Muster herausgebildet. Wenn es romantisch wird, kommen Streicher zum Einsatz; die Kavallerie im Western braucht massive Bläserbegleitung und

dramatische Handlungsmomente in heutigen Fernsehfilmen sind zuverlässig anhand von zart hingetupften einzelnen Klaviertönen zu erkennen. Es gibt sogar ein Instrument, dessen heutige Bekanntheit sich vor allem einem bestimmten Filmgenre verdankt: das Theremin. In den 1950er-Jahren kam der seltsam schwirrende Sound dieses elektronischen Klangerzeugers in vielen Science-Fiction-Filmen zum Einsatz. Als akustischer Indikator für Unerklärliches und Unwirkliches wird es bis heute verwendet, sogar in der Krimiserie *Inspector Barnaby*.

Während das Entziffern solch musikalischer Codes Teil des Erwerbs von Medienkompetenz ist, lernen Kinder ganz selbstverständlich, was Umweltgeräusche bedeuten – und dieses Wissen war immer schon überlebenswichtig. In der Frühgeschichte des Menschen ging es dabei vor allem um das rechtzeitige Erkennen gefährlicher Tiere, heute hauptsächlich um Gefahren im Straßenverkehr. Das bedeutet natürlich auch, dass wir bei allen Medienangeboten bestimmte Klangerwartungen haben. Genauso wie wir vage Vorstellungen haben, wie medial gezeigte Welt aussieht, erwarten wir auch irgendwie passende Geräusche dazu. Wo ein Kaminfeuer zu sehen ist, sollte es prasseln, zu einem Wald gehört das Rauschen von Bäumen und Vögel sollten zu hören sein, in einer Großstadt gibt es im Hintergrund immer eine Kakophonie aus Stimmen, Automotoren, Hupen u. a. m. Und eine amerikanische Großstadt klingt anders als eine deutsche. Diese Geräuschkulisse schafft Atmosphäre, weshalb sie bei Film und Fernsehen „Atmo“ genannt wird.

„Atmo“ ist zunächst unspezifisch, also nicht mit bestimmten Geräuschen verbunden, sie kann aber „gefärbt“ und damit zu einem Ausdrucksmittel werden: Diese Tür quietscht nicht einfach so, das Quietschen ist zu schrill – Gefahr

liegt in der Luft. In diesem Verkehrslärm dominiert ein viel zu lauter Motor – rast hier jemand durch die Stadt und hat Böses im Sinn? Besonders auffällig ist die Verweigerung von „Atmo“ – wir haben bei bestimmten Bildern ungefähre Klangerwartungen, hören aber ... nichts. Dies kann entweder ein bewusstes Alarmsignal sein, ein besonderes Stilmittel oder aber ein Hinweis darauf, dass beim Sounddesign gravierende Fehler gemacht worden sind. Bei reinen Studioproduktionen für das Fernsehen sind früher solche Fehler gelegentlich passiert: Man sieht beispielsweise in einer Büroszene ein geöffnetes Fenster, hört aber keinerlei Hintergrundgeräusche.

Analoges gilt auch für die Bildebene. Wir alle haben ungefähre Vorstellungen, wie selbst in fiktionalen Kontexten Handlungsorte aussehen könnten, im Normalfall aussehen müssten und auf gar keinen Fall aussehen dürfen. Abweichungen sind signifikant: Wir sehen eine Strandszene, blauen Himmel, eine strahlende Sonne, zahllose Urlaubende auf Sonnenliegen – und alle Liegen sind so aufgestellt, dass die Urlaubenden landeinwärts schauen, also vom Meer weg. Eine besondere Atmosphäre lässt sich aber auch mit einfacheren Mitteln herstellen – etwa durch Lichteffekte, Farbwahl, gezielte Unschärfen oder harte Schnitte.

Bei fiktionalen Medienangeboten gibt es also eine Vielzahl von Möglichkeiten, durch die Inszenierung einer Atmosphäre rezeptive Vorgaben zu machen. Aber auch nonfiktionalen Produktionen stehen Mittel zur Verfügung, um dem Sendungsablauf eine atmosphärische Rahmung zu geben. Besonders wichtig ist dabei das Bühnenbild, was sich gut anhand von Quiz- und Talkshows zeigen lässt. *Wer wird Millionär?* beispielsweise wird in einer Art römischer Arena aufgezeichnet: Von steilen Sitzrei-

hen aus verfolgt das Publikum einen „Zweikampf“ zwischen Moderator und Kandidat, der in der Arenamitte stattfindet. Den Ernst der Situation unterstreicht zusätzlich die Farbgebung, bei der die kalte Farbe Blau dominiert. Die Farbwahl ist auch bei Talkshows sehr wichtig, noch wichtiger ist aber die Verteilung der Akteure im Raum: Wird gestanden oder gesessen? Werden die Gäste einander gegenüber sitzend positioniert oder sitzen sie nebeneinander? Blicken sie einander an oder ist ihr Gegenüber das Publikum? Kann sich der Moderator zwischen den Gästen bewegen oder nicht? Je nachdem, welche Wahl getroffen wird, verlaufen die Gespräche tendenziell eher konfrontativ oder eher harmonisch.

Bevor auch nur das erste Wort gesprochen wird, ist also schon sehr viel gesagt worden – und das gilt für alle Medienangebote.

Dr. habil. Gerd Hallenberger
ist freiberuflicher Medien-
wissenschaftler.

