

Unterhaltung durch traurige Filme

Die Bedeutung von Metaemotionen für die Medienrezeption

Bearbeitet von
Marco Dohle

1. Auflage 2011. Taschenbuch. 408 S. Paperback

ISBN 978 3 86962 037 4

Format (B x L): 14,2 x 21,3 cm

[Weitere Fachgebiete > Psychologie > Sozialpsychologie > Medienpsychologie,
Kommunikationspsychologie](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

UNTERHALTUNGSFORSCHUNG

Marco Dohle

Unterhaltung durch traurige Filme

Die Bedeutung von Metaemotionen für die
Medienrezeption

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Marco Dohle:

Unterhaltung durch traurige Filme.

Die Bedeutung von Metaemotionen für die Medienrezeption

Unterhaltungsforschung, 6

Köln: Halem, 2011

Die Reihe *Unterhaltungsforschung* wird herausgegeben von Werner Wirth, Peter Vorderer, Werner Früh, Holger Schramm, Christoph Klimmt, Tilo Hartmann und Carsten Wünsch.

ISSN 1862-3069

Marco Dohle, geb. 1976, Studium Medienmanagement (Angewandte Medienwissenschaft) mit Nebenfach Psychologie am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover. Seitdem Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikations- und Medienwissenschaft I (Institut für Sozialwissenschaften) der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

Die vorliegende Arbeit wurde unter dem Titel *Die Bedeutung von Metaemotionen für die Rezeption trauriger Filme* als Dissertation an der Philosophischen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf eingereicht (Kennzeichnung D61).

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2011 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-037-4

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

1.	EINLEITUNG	11
2.	RAHMEN: UNTERHALTUNGSREZEPTION ZUM VERGNÜGEN?	20
2.1	Mediale Unterhaltung: Merkmale des Unterhaltungserlebens	21
2.2	Mediale Unterhaltung: Theoretische Ansätze der Rezeptionsforschung	29
2.2.1	<i>Mood Management</i>	30
2.2.2	<i>Affective-Disposition-Theory und Excitation Transfer</i>	33
2.2.3	<i>Sozialer Vergleich und Identitätsarbeit</i>	37
2.2.4	<i>Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie</i>	40
2.2.5	<i>Uses-and-Gratifications-Approach</i>	44
2.3	Mediale Unterhaltung: Differenzialpsychologische Perspektive	50
2.4	Unterhaltungsrezeption: Nicht nur reines Vergnügen	54
3.	EMOTIONSPSYCHOLOGISCHE GRUNDLAGEN UND IHRE ANWENDUNG AUF DIE MEDIENREZEPTION	57
3.1	Emotionen und Emotionstheorien	58
3.1.1	<i>Was sind Emotionen?</i>	58
3.1.2	<i>Forschung zu Medienrezeption und Emotionen</i>	59
3.1.3	<i>Einzelne Emotionen und ihre Kategorisierung</i>	61
3.1.4	<i>Emotionstheorien</i>	62
3.1.5	<i>Kognitive Emotionstheorien und Appraisalprozesse</i>	65
3.1.6	<i>Medienrezeption und Appraisalprozesse: Grundlagen und situationale Referenzen</i>	70
3.2	Trauer und Traurigkeit	76
3.2.1	<i>Was ist Trauer/Traurigkeit?</i>	77
3.2.2	<i>Theoretische Ansätze der Forschung zu Trauer und Traurigkeit</i>	80
3.2.3	<i>Gleichzeitigkeit von Traurigkeit und Freude?</i>	82

4.	TRAURIGE FILME UND IHRE REZEPTION	85
4.1	Was sind traurige Filme?	86
4.2	Besonderheiten des Erlebens von Traurigkeit bei der Rezeption von Filmen	92
4.3	Theoretische Ansätze zur Rezeption trauriger Filme	96
4.3.1	<i>Feeling bad to feel good: Hypothesen nach Schaller</i>	99
4.3.2	<i>Terror Management</i>	101
4.3.3	<i>Katharsis</i>	104
4.3.4	<i>Attitude Interpretation</i>	107
4.3.5	<i>Soziale Vergleichsprozesse und traurige Medieninhalte</i>	108
4.4	Die Bedeutung von Persönlichkeitsvariablen für die Rezeption trauriger Filme	111
5.	METAEMOTIONEN UND DIE REZEPTION	
	TRAURIGER FILME: STAND DER FORSCHUNG	122
5.1	Metaemotionen: Begriff, Konzept und Messung	124
5.2	Metaemotionen im Rahmen der Medienrezeption	128
5.2.1	<i>Metaemotionen und traurige Filme nach Oliver – Theorie, Messung und Ergebnisse</i>	129
5.2.2	<i>Wertschätzung und Tender-Affective-States nach Oliver</i>	138
5.2.3	<i>Emotionale und metaemotionale Gratifikationen nach Bartsch</i>	142
5.2.4	<i>Metaemotionen als Bestandteil emotionaler Prozesse nach Wirth und Schramm</i>	151
6.	METAEMOTIONEN UND DIE REZEPTION	
	TRAURIGER FILME: EIN INTEGRATIVER ANSATZ	164
6.1	Zusammenfassung des bisherigen theoretischen Vorgehens	164

6.2	Metaemotionen:	
	integrative, gratifikationsorientierte Perspektive	168
6.2.1	<i>Systematisierung von Metaemotionen</i>	168
6.2.2	<i>Metaemotionen als habitualisierte Gratifikationserwartungen</i>	170
6.2.3	<i>Dimensionierung von Metaemotionen</i>	175
7.	FORSCHUNGSMODELL UND FORSCHUNGSPROGRAMM	182
7.1	Entwicklung des Forschungsmodells	182
7.2	Konsequenzen für das empirische Vorgehen	188
7.2.1	<i>Vor- und Hauptuntersuchung</i>	188
7.2.2	<i>Standardisierte Befragungen</i>	189
7.2.3	<i>Online-Befragungen</i>	192
8.	VORSTUDIE: UNTERSUCHUNG DER SAD-FILM SCALE	195
8.1	Hypothesen zur Vorstudie	196
8.1.1	<i>Hypothesen zur Dimensionalität der Sad-Film Scale</i>	196
8.1.2	<i>Hypothesen zu Zusammenhängen zwischen der Sad-Film Scale und weiteren Variablen</i>	198
8.2	Methodisches Vorgehen	200
8.2.1	<i>Durchführung</i>	200
8.2.2	<i>Operationalisierung</i>	202
8.2.3	<i>Stichprobe</i>	208
8.3	Ergebnisse der Vorstudie	209
8.3.1	<i>Dimensionalität der Sad-Film Scale</i>	210
8.3.2	<i>Zusammenhänge zwischen der Sad-Film Scale und weiteren Variablen</i>	222
8.4	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse der Vorstudie	227

9.	HAUPTSTUDIE: ÜBERPRÜFUNG DER BEDEUTUNG VON METAEMOTIONEN ALS MEHRDIMENSIONALES KONSTRUKT FÜR DIE REZEPTION TRAUERIGER FILME	234
9.1	Hypothesen und Forschungsfragen zur Hauptstudie	237
9.1.1	<i>Hypothese zur Struktur der Metaemotionen</i>	237
9.1.2	<i>Hypothese zum Einfluss von Metaemotionen auf die Rezeption trauriger Filme</i>	238
9.1.3	<i>Hypothesen und Forschungsfragen zur Bedeutung von Persönlichkeitsvariablen</i>	240
9.2	Methodisches Vorgehen	243
9.2.1	Durchführung	243
9.2.2	Operationalisierung	245
9.2.2.1	Messung der Metaemotionen	246
9.2.2.2	Messung der Rezeption trauriger Filme	250
9.2.2.3	Messung der Persönlichkeitsvariablen	254
9.2.2.4	Messung weiterer Variablen	257
9.2.3	Stichprobe	257
9.3	Ergebnisse zur Struktur von Metaemotionen	258
9.4	Ergebnisse zum Einfluss von Metaemotionen auf die Rezeption trauriger Filme	273
9.5	Ergebnisse zur Bedeutung von Persönlichkeitsvariablen	291
9.6	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse der Hauptstudie	328
10.	GESAMTDISKUSSION UND FAZIT	338
10.1	Zusammenfassende Erörterung der zentralen Ergebnisse	338
10.2	Weiterführende Diskussion und Ausblick	355
	LITERATUR	366
	Anhang A: Fragebogen der Vorstudie	396
	Anhang B: Fragebogen der Hauptstudie	399

1. EINLEITUNG

Bei dem stetigen Versuch, Phänomene und Entwicklungen in der deutschen Gesellschaft zu beschreiben, wurde vor einigen Jahren die These von der Spaßgesellschaft populär (z.B. STRASSER/GRAF 2000). Die Deutschen, insbesondere die jüngeren unter ihnen und ganz besonders der formal weniger gebildete Teil, würden sich von Politik und anderen ernsten sowie Hirn und Geist beanspruchenden Dingen des Lebens abwenden und ihre Zeit mit belangloser Unterhaltung verbringen. Verantwortlich dafür seien, so die im gleichen Atemzug häufig zu vernehmende Behauptung, hauptsächlich die Medien – und dabei neben den sogenannten ›Neuen Medien‹ einschließlich Computerspielen vor allem Film und Fernsehen.

Gerade beim Fernsehen lassen sich Entwicklungen ausmachen, anhand derer diese Thesen gestützt werden könnten. Den Ergebnissen von Programmanalysen (z.B. KRÜGER/ZAPF-SCHRAMM 2009) zufolge setzen etwa die Privatsender in Deutschland ihren Schwerpunkt nicht auf Informationssendungen, sondern primär und oft erfolgreich auf unterhaltende Angebote. Auch den öffentlich-rechtlichen Sendern wird vorgeworfen, zunehmend von einem hauptsächlich auf Information, Kultur und Bildung ausgerichteten Programm abgerückt zu sein und verstärkt serviceorientierte sowie unterhaltende Angebote zu senden. Und wenn Informationsprogramme gesendet würden, ließe sich dort vielfach die Anwendung unterhaltungsorientierter Inhalte, Stil- und Gestaltungselemente beobachten, was häufig als ›Infotainment‹ bezeichnet wird (vgl.z.B. WIRTH 2000).

Der Mediennutzer¹ und besonders der Fernsehzuschauer – so also die Behauptung – wolle sich in erster Linie unterhalten und finde dazu mittlerweile rund um die Uhr eine vielfältige Auswahl an Angeboten. Unterhaltung wird dabei häufig mit Vergnügen gleichgesetzt. Dieser Wunsch nach Vergnügen und Spaß, so lässt sich die Kette der Bedenken fortsetzen, stehe in einer Wechselbeziehung mit negativ zu bewertenden gesellschaftlichen Phänomenen wie zum Beispiel einem nachlassenden Gemeinschaftssinn oder einer nachlassenden politischen Partizipation. Beinahe sprichwörtlich wurde diese Sichtweise durch den Titel eines Buches von Neil Postman: Er lautete *Wir amüsieren uns zu Tode* (1988; im Original *Amusing Ourselves to Death*). In dem Buch macht der Autor, hauptsächlich mit Blickrichtung auf die USA, eine Entwicklung von einer informations- zu einer unterhaltungsorientierten Gesellschaft aus, in der Erkenntnisstreben und Urteilkraft durch den Wunsch nach bloßem Amüsement ersetzt würden.

Diese generelle Diskussion und die Richtigkeit der ihr zugrunde liegenden Argumente werden an dieser Stelle nicht weiter erörtert. Der Fokus soll allerdings auf die These gerichtet werden, dass mediale Angebote etwa im Fernsehen vor allem Spaß bereiten und von Rezipienten zum Vergnügen genutzt werden. Diese Ansicht ist diskussionswürdig. Denn Medien bieten nicht nur vergnügliche und leicht verdauliche Inhalte.

Erstens, das zeigen Analysen wie die von Krüger und Zapf-Schramm (2009) ebenfalls, nehmen Informationsangebote beispielsweise im Fernsehen weiterhin einen erheblichen Teil des Medienangebots ein. Und in Nachrichtensendungen oder Dokumentationen wird über Kriege, Naturkatastrophen, Armut und viele andere negative Dinge berichtet.

Zweitens finden sich rasch Beispiele dafür, dass auch mediale Unterhaltung für die Rezipienten nicht nur Angebote bereithält, die reines Vergnügen bedeuten: Es treten in Spielshows sympathische Kandidaten auf, die kurz vor dem großen Gewinn stehend scheitern; es werden Fußballspiele übertragen, in denen der eigene Lieblingsverein überraschend verliert; es werden Krimis und Horrorfilme gezeigt, in denen Menschen brutaler Gewalt ausgesetzt sind und häufig sogar getötet werden; es werden

1 In dieser Arbeit wird aus Gründen der Vereinfachung stets ausschließlich die maskuline Form verwendet, wenn von Personen die Rede ist. Selbstverständlich sind jedoch auch ›Mediennutzerinnen‹ gemeint, wenn ›Mediennutzer‹ erwähnt werden. Gleiches gilt zum Beispiel für ›Rezipientinnen‹ und ›Rezipienten‹.

Spielfilme oder Serien ausgestrahlt, in denen die Protagonisten mit immer neuen Schicksalsschlägen verschiedenster Art konfrontiert werden.

Dafür, dass nicht fiktionale *Informationsangebote* trotz der von ihnen bisweilen ausgehenden immensen emotionalen Belastung (ZILLMANN 2004) genutzt werden, finden sich rasch Erklärungen: Der Hauptgrund zur Nutzung liegt vereinfacht formuliert darin, dass Menschen wissen wollen, was in der Welt und in ihrer näheren Umgebung geschieht. Und zu diesen Geschehnissen gehören auch unangenehme, erschreckende Ereignisse. Diese besitzen einen hohen Nachrichtenwert, ausgedrückt durch den Nachrichtenfaktor Negativität bzw. Schaden. So konnte durch Studien gezeigt werden, dass negative Nachrichten von Journalisten wie auch von Rezipienten bevorzugt ausgewählt werden (z. B. EILDERS 1997).

Im Vergleich erklärungsbedürftiger erscheint dagegen, dass sich Menschen auch mit *Unterhaltungsangeboten* auseinandersetzen, die durch ihre Inhalte negative Gefühle auslösen. Dieses Phänomen ist verschiedentlich sogar als Paradoxon bezeichnet worden (u. a. ZILLMANN 1998). Vorderer (2003: 135) fragt diesbezüglich: »Distressing experiences during exposure: Are we still talking entertainment?«.

Diese Frage ist naheliegend. Nicht nur in der öffentlichen Diskussion – siehe das Schlagwort von der Spaßgesellschaft – werden mediale wie nicht mediale Unterhaltung und generell das Freizeitverhalten mit dem Ziel positiver emotionaler Erfahrungen in Verbindung gebracht. Auch in der wissenschaftlichen Unterhaltungsforschung finden sich Definitionen oder theoretische Ansätze, die das Gefühl der Unterhaltung aufseiten des Rezipienten mit positiven, leichten, angenehmen Emotionen gleichsetzen (z. B. BOSSHART/MACCONI 1998; ZILLMANN 1988a, 1988b). Sie greifen unter anderem die Sichtweise auf, dass Menschen hedonistische Wesen sind, die positive Erlebenszustände anstreben und daher Situationen herbeizuführen versuchen, die solche Zustände ermöglichen (vgl. BRYANT/MIRON 2002). Mediale Unterhaltung stellt durch das umfangreiche, kostengünstige und per Tastendruck leicht verfügbare Angebot in diesem Zusammenhang eine höchst attraktive Ressource dar.

Wie lassen sich nun aber einerseits die Annahme, dass Menschen ein positives Erleben anstreben, und andererseits die Beobachtung, dass sie auch freiwillig und bewusst solche medialen Unterhaltungsangebote rezipieren, die Angst, Wut oder Traurigkeit auslösen können, miteinander vereinbaren?

In der kommunikationswissenschaftlich und medienpsychologisch geprägten Unterhaltungsforschung findet mittlerweile eine recht umfangreiche Auseinandersetzung mit der Frage statt, wie auch das Erleben negativer Emotionen im Rahmen der Unterhaltungsnutzung erklärt und in eine allgemeine Theorie medialer Unterhaltung integriert werden kann (vgl. u. a. FRÜH 2002; OLIVER 2003; SCHRAMM/WIRTH 2008). Dies geschieht auch im Hinblick auf spezielle Emotionen. So gibt es zum Beispiel zahlreiche Untersuchungen zu der Frage, warum *angst* auslösende Unterhaltungsangebote, wie sie etwa Horrorfilme darstellen, von vielen Menschen gerne geschaut werden (vgl. CANTOR 2006).

Nicht ganz so umfangreich ist die Forschungslage im Bereich einer anderen Emotion, der *Trauer* bzw. der *Traurigkeit*. Die Frage, wie die Selektion von Unterhaltungsangeboten erklärt werden kann, die Rezipienten traurig stimmen, ist aber schon deshalb reizvoll, weil Trauer in vielen Klassifikationen und Modellen emotionaler Zustände als direkter Gegenpart zum Gefühl der Freude, des Glücks oder des Vergnügens eingeordnet wird (u. a. RUSSELL/CARROLL 1999). Zudem gilt Trauer, noch stärker als die meisten anderen negativen Emotionen, als ein Gefühl, das Menschen normalerweise vermeiden wollen (BARR-ZISOWITZ 2000; SCHMITT/MEES 2000). Dennoch – um nur ein konkretes Beispiel zu nennen – war ein Film wie *Titanic*, der mit dem Tode des Protagonisten und vieler anderer Menschen endet, eine der erfolgreichsten Filmproduktionen aller Zeiten; dennoch war die Tragödie bereits im Theater der griechischen Antike eine zentrale und beliebte Gattung.

Die Frage, warum sich (heutzutage) Rezipienten traurigen Unterhaltungsangeboten zuwenden – und sich bei der Betrachtung des Leides anderer Menschen gut unterhalten fühlen –, soll im Kern dieser Arbeit stehen. Die allgemeine Forschungsfrage lautet:

Warum nutzen Rezipienten mediale Unterhaltungsangebote, die sie traurig machen?

Generelles Ziel der Arbeit ist es, einen Beitrag zur Beantwortung dieser Frage zu liefern. Die Arbeit steht damit im Kontext einer Analyse der Bedeutung von Emotionen bei der Nutzung von Medieninhalten. Die der Arbeit zugrunde liegenden Fragestellungen sollen aus einer empirisch-sozialwissenschaftlichen Perspektive heraus analysiert werden. Die sich aus der theoretischen Analyse ergebenden Annahmen und Fragen werden empirisch überprüft.

Das Vorhaben ist innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen Forschung im Bereich der Rezeptionsforschung angesiedelt. Im Kern der

Rezeptionsforschung stehen Fragen nach den Motiven der Nutzung medialer Inhalte, dem Erleben der Rezipienten während der eigentlichen Rezeptionsphase sowie postrezeptive Wirkungen (vgl. HASEBRINK 2003; WIRTH/SCHRAMM 2005b). Die vorliegende Arbeit befasst sich in erster Linie mit den *Gründen und Motiven* der Rezeption bestimmter Medieninhalte, wobei sich solche Motive aus Sicht des Rezipienten immer auch aus dem vorherigen Erleben und der Wirkung zuvor rezipierter Inhalte ableiten. Deshalb spielen auch im theoretischen Teil dieser Arbeit Analysen des Rezeptionsprozesses, also des Erlebens während der Rezeption, eine wichtige Rolle.

Mit der Fragestellung der Arbeit richtet sich der Fokus zudem auf das individuelle Erleben von Rezipienten. Dadurch ergeben sich starke Verknüpfungspunkte mit psychologischen Ansätzen, vorrangig aus der Medien- und aus der Sozial- sowie Emotionspsychologie, aber auch aus der differenziellen Psychologie bzw. der Persönlichkeitsforschung.

Da Gründe der Nutzung von Medieninhalten untersucht werden, besteht der empirische Teil der Arbeit aus Befragungsstudien.

Durch die Verwendung des Begriffs ›traurige Unterhaltungsangebote‹ wurden bereits medial vermittelte reine Informationsangebote, die ebenfalls ein Gefühl der Traurigkeit oder der Niedergeschlagenheit auslösen können, für die weitere Analyse ausgeschlossen – wobei selbstverständlich beachtet werden muss, dass auch traurige Unterhaltungsangebote auf wahren Begebenheiten beruhen können (zur Problematik angebotsseitiger Differenzierungen in fiktional vs. nicht fiktional oder in Unterhaltung vs. Information siehe z. B. SCHMID/WÜNSCH 2001; VORDERER 2004).

Zudem erfolgt mit der Konzentration auf *audiovisuelle* Unterhaltungsangebote – und hierbei auf *Filme* – eine weitere Schwerpunktsetzung. Dies geschieht zum einen, weil sich viele theoretische Ansätze zur medialen Unterhaltung implizit oder explizit vorrangig auf audiovisuelle Medien beziehen; die Mehrzahl der bisherigen Ansätze gerade zur Erklärung der Rezeption trauriger Medieninhalte ist zudem auf Filme ausgerichtet (Ausnahmen bilden vor allem Studien zur Musikenutzung). Zum anderen verbinden viele Personen, so das Ergebnis einer im Vorfeld der Arbeit durchgeführten Befragung (siehe Kap. 4.1), mit traurigen Medieninhalten fiktionaler Art in erster Linie Filme. Darüber hinaus muss im Hinblick auf die empirischen Untersuchungen und die Konzeption möglichst zielgerichteter Erhebungsinstrumente eine Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes erfolgen.

Die vorliegende Arbeit beinhaltet nicht die ersten Untersuchungen zur Frage, warum traurige Unterhaltungsangebote von Rezipienten genutzt werden. Es existieren wie erwähnt insbesondere Studien zur Rezeption trauriger *Filme*, durchgeführt vorrangig im us-amerikanischen Raum (z.B. MILLS 1993; OLIVER 1993, 2008), aber auch in anderen Ländern wie Deutschland (z.B. VOGEL 2007). Die Untersuchungen unterscheiden sich in ihrer empirischen Vorgehensweise. Sie lassen sich aber auch differenzieren, weil oftmals unterschiedliche theoretische Ansätze zur Erklärung dieses Rezeptionsphänomens getestet wurden.

Einige Beachtung hat dabei der von Oliver (1993) ausgehende Versuch gefunden, die Rezeption und den Genuss trauriger Filme durch *meta-emotionale Prozesse* zu erklären. In diesem Zusammenhang wurde von Oliver auch eine ›Sad-Film Scale‹ entwickelt. Als Metaemotion kann – vereinfacht ausgedrückt – die Wahrnehmung und Bewertung einer primären Emotion bezeichnet werden. In diesem Metaprozess ist es beispielsweise möglich, dass unmittelbar als negativ erlebte Emotionen positiv umgedeutet werden.

Auch in der vorliegenden Arbeit spielen Metaemotionen eine zentrale Rolle. Sie werden als habitualisierte Gratifikationserwartungen aufgefasst und können – so die grundsätzliche Überlegung – Einfluss auf die Selektion, Nutzung und Bewertung trauriger Filme nehmen. Die etwas spezifischere Forschungsfrage lautet entsprechend:

Welche Bedeutung haben Metaemotionen für die Rezeption trauriger Filme?

Anders als in der ursprünglichen Anwendung des metaemotionalen Konzepts auf die Rezeption trauriger Filme durch Oliver (1993) soll in dieser Arbeit unter anderem der These nachgegangen werden, dass sich Metaemotionen als mehrdimensionales Konstrukt darstellen. Dies hat sowohl Konsequenzen für die theoretische Ausarbeitung als auch für die empirische Umsetzung.

Konkretes Ziel der Arbeit ist daher *erstens*, auf theoretischer Ebene die Rolle von Emotionen und vor allem von Metaemotionen zur Erklärung der Nutzung trauriger Unterhaltungsangebote, speziell Filme, zu diskutieren und die Vielschichtigkeit des metaemotionalen Konstrukts im vorliegenden Zusammenhang aufzuzeigen. Dazu gehört auch, neben den Metaemotionen eine Fülle weiterer Ansätze vorzustellen, sie vor dem Hintergrund der Fragestellung dieser Arbeit zu diskutieren und sie miteinander in Beziehung zu setzen. Berücksichtigt werden unter anderem kognitive Emotionstheorien bzw. appraisaltheoretische Ansätze (vgl. u. a.

SCHERER/SCHORR/JOHNSTONE 2001), Erkenntnisse zur Entstehung und Verarbeitung von Emotionen bei der Medienrezeption (vgl. u. a. WIRTH/SCHRAMM 2007a), integrative Theorien zur medialen Unterhaltung (vgl. u. a. FRÜH 2002), theoretische Annahmen und Ergebnisse von Studien zu instrumentellen Zielen der Unterhaltungsrezeption (vgl. u. a. VORDERER 1996) oder auch theoretische Ansätze, die spezifische Aussagen zum Erleben von Trauer bzw. Traurigkeit bei der Unterhaltungsrezeption machen (vgl. u. a. MILLS 1993).

Die Resultate dieser theoretischen Diskussion finden dann Niederschlag im empirischen Teil der Arbeit. Das *zweite Ziel* der Arbeit besteht darin, die Rolle von Metaemotionen für die Rezeption trauriger Filme empirisch zu überprüfen. Dies soll durch eine Skala geschehen, die solche Prozesse misst und sich vor allem durch die Verwendung verschiedener Dimensionen von der vorliegenden Skala Olivers (1993) unterscheidet. Zentral ist dabei die Frage, welchen Erklärungsgehalt die einzelnen Dimensionen für die Nutzung trauriger Filme haben.

Zusätzlich soll *drittens* erörtert und gemessen werden, mit welchen Persönlichkeitsvariablen die Akzeptanz trauriger Unterhaltungsangebote und die positive Bewertung von Emotionen bei der Rezeption dieser Angebote in Zusammenhang stehen. Es soll demnach zumindest in Umrissen ein Bild desjenigen Rezipienten entstehen, der eher als andere Rezipienten traurige Filme und ähnliche Inhalte anschaut.

Die über die konkreten Ziele hinausgehende Relevanz der Arbeit ergibt sich hauptsächlich aus zwei Punkten: Zum einen soll die Arbeit einen Beitrag dazu liefern, die Erfolge vieler tragischer Filme zu erklären – also das scheinbare Paradoxon ihrer Nutzung trotz der von ihnen verbreiteten Stimmung aufzulösen. Zum anderen sollen die Erkenntnisse der Arbeit einen Beitrag zu integrativen Unterhaltungstheorien leisten; hierbei soll vor allem die Bedeutung spezifischer emotionaler Prozesse für die Erklärung der Rezeption von Filmen und anderer medialer Angebote überprüft werden.

Zum Vorgehen: Die Arbeit kann grob in einen Teil mit Ausführungen zu den theoretischen Grundlagen (Kapitel 2-6) und einen Teil mit der Darstellung des empirischen Vorgehens, der Ergebnisse der durchgeführten Studien sowie ihrer Diskussion (Kapitel 8-10) gegliedert werden. Kapitel 7 dient als Verbindungsstück zwischen Theorie und Empirie.

Der theoretische Abschnitt der Arbeit ist in fünf Kapitel untergliedert. Zunächst (Kapitel 2) wird ein grundsätzlicher Rahmen gesteckt,

indem die bereits in dieser Einleitung gestellte Frage aufgegriffen wird, ob mediale Unterhaltung aus Sicht von Rezipienten nur dem Vergnügen dienen soll. Dazu werden relevante Aspekte der Unterhaltungsrezeption anhand von Definitionen und theoretischen Ansätzen herausgearbeitet. Zudem wird überprüft, welche differenzialpsychologischen Hinweise zur Beantwortung der Frage zu finden sind.

Kapitel 3 befasst sich grundlegend mit Emotionen. Zunächst wird dargestellt, was Emotionen sind und welche Emotionstheorien für die vorliegende Arbeit relevant sind – hier wird insbesondere auf appraisaltheoretische Ansätze und ihre Anwendung auf das emotionale Erleben bei der Rezeption medialer Inhalte eingegangen. Dem folgt die Fokussierung auf die Emotion Trauer und das Erleben von Traurigkeit.

Das Erleben von Traurigkeit wird danach in den Kontext der Rezeption medialer Unterhaltungsangebote gestellt (Kapitel 4). In einem ersten Schritt wird geklärt, was traurige Filme ausmacht und welche Unterschiede sich im Vergleich zwischen dem Erleben von Traurigkeit als Folge medialer Unterhaltungsrezeption sowie dem Erleben von Traurigkeit im ›normalen Leben‹ zeigen. Darauf aufbauend beinhaltet das Kapitel die Darstellung einzelner theoretischer Ansätze zur Erklärung der Rezeption trauriger Unterhaltungsangebote – in erster Linie handelt es sich auch hier bei den Angeboten um Filme. Integriert wird in das Kapitel zusätzlich der Forschungsstand zur Rolle von Persönlichkeitsfaktoren speziell für die Rezeption trauriger Filme.

Wegen seiner Bedeutung in der vorliegenden Arbeit wird daran anschließend dem Konzept der Metaemotionen und seiner Anwendung auf die Erklärung der Nutzung von Medieninhalten im Allgemeinen und trauriger Filme im Speziellen ein gesondertes Kapitel gewidmet (Kapitel 5).

Kapitel 6 bildet den Abschluss des theoretischen Abschnitts. In ihm werden die bisherigen Erkenntnisse der Arbeit zusammengefasst. Zudem wird ein integrativer Ansatz zur Erklärung der Rezeption trauriger Filme vorgestellt, dessen Kern die in Kapitel 5 vorgestellten Metaemotionen bilden.

Kapitel 7 dient wie erwähnt als Überleitung von der Theorie zur Empirie. Dort wird, aufbauend auf den vorherigen Ausarbeitungen, ein Forschungsmodell entwickelt, das für das weitere empirische Vorgehen handlungsleitend ist. Anschließend werden Konsequenzen für die Konzeption der empirischen Studien erörtert.

Die folgenden Kapitel sind dem empirischen Abschnitt der Arbeit zugeordnet. Im Rahmen der Arbeit wurden zwei standardisierte Befragungen durchgeführt. Die erste Befragung hatte den Charakter einer Vorstudie, sie diente vor allem einer Überprüfung der Sad-Film Scale von Oliver (1993). Angaben zur Studie und ihren Ergebnissen finden sich in Kapitel 8 der Arbeit.

In Kapitel 9 wird die zweite Studie mit ihrer methodischen Anlage und ihren Ergebnissen vorgestellt. Ziel dieser Hauptuntersuchung war es, die Bedeutung von Metaemotionen als mehrdimensionalem Konstrukt für die Rezeption trauriger Filme zu überprüfen.

Abgeschlossen wird die Arbeit in Kapitel 10 durch eine Gesamtdiskussion aller Studienergebnisse unter Rückgriff auf die theoretischen Vorgaben sowie durch ein Fazit, in dem auch Überlegungen für die weitere Forschung zum Thema erörtert werden.