

Alexandra Ruchlak

Selektionsmotive für traurige Filme und Analyse der spezifischen Rezeptionsmodalitäten

Eine qualitative Untersuchung zum Sad Film Paradoxon
im Rahmen der Unterhaltungsrezeption

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2007 GRIN Verlag
ISBN: 9783638830072

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/80387>

Alexandra Ruchlak

Selektionsmotive für traurige Filme und Analyse der spezifischen Rezeptionsmodalitäten

Eine qualitative Untersuchung zum Sad Film Paradoxon im Rahmen der Unterhaltungsrezeption

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

**SELEKTIONSMOTIVE FÜR TRAUERIGE FILME UND ANALYSE DER
SPEZIFISCHEN REZEPTIONSMODALITÄTEN
- EINE QUALITATIVE UNTERSUCHUNG ZUM SAD FILM PARADOXON IM
RAHMEN DER UNTERHALTUNGSREZEPTION**

ALS DIPLOMARBEIT VORGELEGT DEM VORSITZENDEN DES PRÜFUNGS-AUSSCHUSSES FÜR DIE
DIPLOMPRÜFUNG IM FACH PSYCHOLOGIE AN DER UNIVERSITÄT ZU KÖLN

KÖLN, DEN 22. MAI 2007

Danksagung

Bei Frau Prof.'in Dr.'in Nicole Krämer möchte ich mich für die Vergabe dieses wunderbaren Themas und die wertvolle Betreuung dieser Arbeit bedanken.

Walter Steinbauer danke ich für die Textkorrekturen und zusätzlich für die kritischen Hinweise während des Schreibprozesses. Ein besonderer Dank gilt Christian Vater für seine Textbearbeitungsassistenz, seine unendliche Geduld und emotionale Unterstützung.

Ein weiterer Dank gilt Jennifer Mense für den Filmtip und -verleih.

Danken möchte ich auch allen Personen, die sich für diese Arbeit einer Filmrezeption und einem zusätzlichen Interview zur Verfügung gestellt haben.

*Von tieftraurig
bis überglücklich
ist es nur ein kleiner Schritt
und irgendwann kommt
himmelhochjauchendzudebetrübt
(Niels Frevert)*

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	5
1 THEORETISCHER BEZUGSRAHMEN	9
1.1 Theorien zur Mediennutzung und Unterhaltungsrezeption	9
1.1.1 Der aktive Mediennutzer.....	10
1.1.1.1 <i>Der Uses-and-Gratifications-Ansatz</i>	10
1.1.1.2 <i>Kritik und Erweiterungen</i>	10
1.1.2 Der Unterhaltungsbegriff innerhalb der Rezeptionsforschung	13
1.2 Das integrative Konstrukt der Rezeptionsmodalitäten	15
1.3 Erklärungsansätze und Befunde zum Sad Film Paradoxon	20
1.3.1 Das Genre ‚Sad Film‘	20
1.3.2 Differentielle Medienwirkung und Rezipientenmerkmale	23
1.3.2.1 <i>Gender</i>	23
1.3.2.2 <i>Persönlichkeitseigenschaften</i>	26
1.3.2.3 <i>Alexithymia und Filmpräferenz</i>	28
1.3.3 Erklärungsansätze in Bezug auf affektive und kognitive Aktivität	29
1.3.3.1 <i>Identifikation</i>	29
1.3.3.2 <i>Empathie</i>	32
1.3.3.3 <i>Stellenwert der Protagonisten</i>	33
1.3.3.4 <i>Stimmungsregulation</i>	34
1.3.3.5 <i>Evolutionpsychologische Perspektive</i>	37
1.3.3.6 <i>Kognitive Kontrollprozesse medieninduzierter Emotionen</i>	38
1.3.3.7 <i>Prozesse des sozialen Vergleichs</i>	39
1.3.3.8 <i>Einstellungen zum Mitgefühl</i>	41
1.3.3.9 <i>Meta-Emotionen</i>	43
1.3.3.10 <i>Perspektive des ‚Terror Managements‘</i>	44
1.3.4 Zusammenfassung: Der Stand zum Sad Film Paradoxon.....	46
2 METHODE	50
2.1 Fragestellung und Begründung für die Wahl einer qualitativen Untersuchungsmethodik	50
2.2 Die besonderen Merkmale qualitativer Forschung	53
2.2.1 Prinzipien und Regeln im Rahmen qualitativer Untersuchungen.....	53

2.2.2 Gütekriterien innerhalb qualitativer Forschung	54
2.2.3 Qualitative Datenerhebung mit halb-strukturiertem Leitfaden.....	56
2.3 Ablauf der Untersuchung	57
2.3.1 Begründung für die Art des Untersuchungsablaufes	57
2.3.2 Stichprobe	58
2.3.3 Untersuchungsfilm.....	59
2.4 Datenauswertung im Rahmen qualitativer Forschung	60
2.4.1 Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring.....	60
2.4.2 Vorgehen bei der Datenauswertung.....	62
2.4.3 Explikation des Kategoriensystems	62
2.5 Zusammenfassung: Methode.....	82
3 ERGEBNISSE.....	83
3.1 Begründung für die Art der Ergebnisdarstellung.....	83
3.2 Einzelfallbeschreibungen.....	84
3.3 Darstellung der ausgewerteten Daten	126
3.4 Motivklassen und geschlechtsspezifische Unterschiede.....	138
4 DISKUSSION.....	140
4.1 Modalitäten: Entertainment durch traurige Filme?.....	140
4.2 Motive: Gratifikationen durch traurige Filme?.....	145
4.3 Fazit.....	151
4.3.1 Resumée.....	151
4.3.2 Grenzen der Arbeit und Ausblick	153
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	159
LITERATUR	160
ANHANG	167
Anhang A.....	168
Anhang B	172
Anhang C (<i>Interviews</i>).....	<u>174 - 277</u>

Einleitung

„Ich sehe traurige Filme dann gerne, wenn sie tragisch gut gemacht sind. [...] Wenn man die Tiefen nicht hat, kann man die Höhen nicht beurteilen, und wenn man nicht weiß, was traurig bedeutet. Er [der Film] lässt mich an andere Menschen erinnern z. B., und das sensibilisiert mich dann eben [...].“

(Rezipient trauriger Filme / Interviewperson, männlich, 30 Jahre alt)

Unterhaltung und damit verbundener Spaß scheinen allgemein favorisierte Freizeitthemen innerhalb der modernen Kultur zu sein, und Unterhaltung hat innerhalb der Medien damit eine zentrale Funktion. Zahlreiche Möglichkeiten bieten sich, um sich ausreichend zu „entertainen“. Viele Menschen weltweit nutzen hierfür die Medien: sie sehen bspw. in ihrer Freizeit Filme im Fernsehen, gehen ins Kino, oder scheuen nicht den Gang zu einer Videothek, um sich Filme für den häuslichen Zeitvertreib auszuleihen, indem sie dadurch Zerstreuung und Vergnügen suchen. Unschwer lässt sich beobachten, wie die Faszination von Filmen, ob als ästhetisches Kulturgut oder als eher unreflektierte Freizeitbeschäftigung genutzt, heutzutage ein weit verbreitetes Phänomen darstellt, das sich durch eine breit gestreute Akzeptanz als Unterhaltungsmöglichkeit auszeichnet.

Unter dem Begriff Unterhaltung/Entertainment wird im Rahmen zahlreicher kommunikationswissenschaftlicher und medienpsychologischer Untersuchungen zur Mediennutzung und Medienwirkung auch die Rezeption von Filmen subsumiert. Insbesondere für die Erforschung der Motive im Rahmen des Uses-and-Gratifications-Ansatzes stellt sich die Frage nach dem Nutzen von Unterhaltung für das Individuum. Geht es den Zuschauerinnen und Zuschauern tatsächlich nur um Zerstreuung und einen größtmöglichen hedonistischen Gewinn? Die Palette an speziellen Filmgenres scheint unendlich zu sein und die Zuschauerinnen und Zuschauer wenden sich selektiv den Fernsehformaten und Kinoprogrammen zu. Diese beinhalten jedoch neben bspw. Komödien, Krimis oder Actionfilmen, auf der anderen Seite Romanzen, Dramen oder Tragödien, die zum einen oft keinen „leicht verdaulichen Stoff“ bieten und eine Unterhaltungsform liefern, die häufig auf Herzensleid und unausweichlichem Scheitern der Protagonisten beruht und oft noch nicht einmal mit einem Happy-End belohnt.

Die Zuschauerinnen und Zuschauer erleben bei der Rezeption dieser Art von Filmen mit traurigem Inhalt intensive Gefühle, die normalerweise als unangenehm beurteilt werden: Trauer, Verzweiflung, Angst, Hoffnungslosigkeit. Der kommerzielle Erfolg der ‚Tearjerker‘¹ (amerikanischer Begriff für ‚Schnulzen‘) oder Dramen und Tragödien in Fernsehen und Kino zeigt, dass die Rezipienten diese Art des Mediums als Entertainment wahrnehmen und folglich Filme, die traurige Gefühle auslösen, gezielt aufzusuchen scheinen. Dieses „Paradoxon“ wird seit Anfang der 90er Jahre in mehreren Studien im Rahmen medienpsychologischer Forschung untersucht und als *Sad Film Paradoxon* bezeichnet. Hauptaugenmerk wurde vor allem auf die Untersuchung der Zusammenhänge zwischen Geschlechterunterschieden, Empathieerleben (Mills, 1993; Oliver, 1993; Oliver, Sargent & Weaver, 2000) und dem Bewertungskonzept der Meta-Emotionen (Mayer & Gaschke, 1988) gelegt. Insbesondere Oliver (1993) untersuchte verschiedenste Ansätze zur Erklärung der Nutzung unterhaltender Medienangebote mit traurigem Inhalt wie bspw. Stimmungsregulationstheorien und inwiefern diese das Paradoxon des Vergnügens an traurigen Filmen erklären können. Inwieweit Rezipienten ihr subjektives Erleben während der Rezeption beschreiben und wie sie sich selbst die Frage nach den Gratifikationen beantworten, die sie aus diesem Medienangebot erhalten bzw. warum sie gezielt nach diesem Medium greifen, ist auf diesem qualitativen Weg bisher noch nicht untersucht worden.

In einem Artikel in der Wochenendausgabe der Süddeutschen Zeitung (Westerhoff, 2007, 24./25. Februar) wurde erst kürzlich darüber berichtet, wie Filme mit Themen wie Liebesleid, Krankheit oder Tod von amerikanischen Psychologen gar im Rahmen einer Filmtherapie eingesetzt werden und sich positiv auf die Psyche ihrer Patienten auswirken sollen. Die Wirksamkeit der Filmtherapie ist jedoch noch nicht empirisch belegt. Neben dem *Wie* der Wirkweise, ist diesbezüglich ebenso wenig bekannt, *was* und welche Motive und Gratifikationen dazu führen, dass Filme mit traurigen Inhalten sogar eine heilsame Wirkung erzielen können.

Diese Arbeit soll deshalb einen explorativen Beitrag im Rahmen einer Diplomarbeit für dieses noch relativ junge und wenig erforschte Themengebiet innerhalb der

¹ Die bisherigen empirischen Untersuchungen zum Sad Film Paradoxon von Oliver (1993) basierten auf dem Verständnis zum Begriff des „Sad Film“ (trauriger Film), der diese kommerziellen ‚Tearjerker‘ i. S. von ‚Schnulzen‘ oder Liebesfilmen meint. Diese Arbeit bezieht sich auf Filme mit traurigem Inhalt aus dem Genre Drama / Tragödie, unabhängig von dieser speziellen Thematik des Liebesfilms.

Medienpsychologie leisten und widmet sich mithilfe einer qualitativen Einzelfallstudie unter anderem der Frage, *warum* sich Personen mit dieser Art von Filmen mit traurigen Inhalten „entertainen“. Zum anderen geht es aber auch um die Frage, *wie* die Rezipienten diese Art des Mediums wahrnehmen und welchen Nutzen sie aus der Rezeptionssituation ziehen. Von zentraler Bedeutung ist hierbei das persönliche Erleben und dessen subjektive Bedeutungszuschreibung bzgl. der Selektion und Rezeption trauriger Filme. Des Weiteren sollen sich dadurch zusätzlich auch Hinweise ergeben, was der Einzelne überhaupt unter einem „traurigen“ Film versteht. Da hier davon ausgegangen wird, dass Themen wie Tod / Sterben, bzw. Krankheit zentrale Elemente trauriger Filme darstellen, wird der Umgang mit diesen Themen eruiert.

Ausgehend von der Tatsache, dass Filme im allgemeinen und traurige Filme im besonderen ein emotionalisierendes Medium darstellen, das unser Erleben und Verhalten beeinflusst, stellt sich die Frage nach den affektiv-kognitiven Aktivitäten der Zuschauer während des Rezeptionsprozesses eines traurigen Filmes.

Bezüglich der selektiven Zuwendung zu diesem speziellen Medium stellt sich ebenso die Frage: *wer* schaut traurige Filme? Gibt es Ansätze, die auf einen eventuellen Zusammenhang zwischen vorherrschenden Persönlichkeitsmerkmalen und der Nutzung des Mediums ‚Sad Film‘ hindeuten könnten? Sind Unterschiede im Selektions- bzw. Rezeptionsverhalten bezüglich dieses tragischen Genres zwischen Frauen und Männern erkennbar?

Zunächst ist es jedoch notwendig, in Kapitel 1, dem theoretischen Teil der Arbeit, eine kurze Einführung in grundlegende Theorien der Mediennutzung und Unterhaltungsrezeption zu geben. (Aufgrund des begrenzten Umfangs einer Diplomarbeit musste die Auseinandersetzung mit den allgemeinen Theorien zur Mediennutzung und Unterhaltungsrezeption möglichst knapp gehalten werden). Des Weiteren wird das Konstrukt der Rezeptionsmodalitäten vorgestellt, woraufhin ein Überblick zu bisherigen Erklärungsansätzen und empirischen Befunden zum Sad Film Paradoxon folgt. Dabei wird auf die Rezeptionssituation der Unterhaltung Bezug genommen und die Befunde im Rahmen allgemeiner Ansätze zum Rezeptionsverhalten dargestellt. Schließlich wird ein Ausblick auf die Untersuchung der vorliegenden Arbeit gegeben.

Kapitel 2 liefert einen Überblick über die zum Einsatz kommende Methodik und die Beschreibung des Untersuchungsablaufs. Die Datenerhebung- und Auswertung erfolgte durch den Einsatz eines qualitativen Interviews als Datenerhebungsinstrument und einer inhaltsanalytischen Auswertung. An dieser Stelle soll auch das dabei zum Einsatz kommende Kategoriensystem expliziert werden.

In Kapitel 3 werden die gewonnenen Ergebnisse zusammenfassend dargestellt und zudem anhand von Einzelfallbeschreibungen präsentiert.

In Kapitel 4 erfolgt eine Interpretation und Diskussion der Ergebnisse und Grenzen der Arbeit sowie ein Ausblick auf wünschenswerte Entwicklungen für die Rezeptionsforschung und das Sad Film Paradoxon.

1 THEORETISCHER BEZUGSRAHMEN

1.1 Theorien zur Mediennutzung und Unterhaltungsrezeption

Inwieweit sich Menschen für ein bestimmtes Medium oder einen speziellen Inhalt wie bspw. eine traurige Liebesgeschichte innerhalb des Mediums „narrativer Film“ (Vorderer, 1992, S. 50) entscheiden, und welche kurzfristigen und/oder auch längerfristigen Wirkungen damit verbunden sind, wird im Rahmen medienpsychologischer Forschung seit mehreren Jahrzehnten untersucht. Nach Meyen (2004) haben die wissenschaftlichen Debatten über Medienwirkungen in Bezug auf die Wirkungen einen „blinden Fleck“ – es werde nicht genügend erforscht, wie und warum Menschen überhaupt Medien nutzen. Mit Bezug auf Hasebrink (2003, zitiert nach Meyen, 2003) geht Meyen von einem Prozess der Mediennutzung aus, der als übergeordnete Kategorie von Hasebrink verwendet wurde und differenziert wird in (a) Medienauswahl, (b) Medienrezeption und (c) Medienaneignung. Die Auswahl eines bestimmten Medienangebots zielt auf eine prä-kommunikative Phase, in der sich beim Rezipienten Selektionsmotive und eine bestimmte Art der Zuwendung zum spezifischen Medium ausbilden. Während der Medienrezeption, der kommunikativen Phase, fragt die Forschung, welche kognitiven und emotionalen Prozesse ablaufen, bzw. „[...] was während des Kontakts zwischen Medienangebot und Nutzer passiert“ (Meyen, 2003, S.10). In der prä-kommunikativen Phase wird nach den Konsequenzen für das Individuum durch das spezifische Medienangebot gefragt. Die Erkenntnisse, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit gewonnen werden sollen, beziehen sich gleichsam auf alle Phasen des Selektionsprozesses bzgl. der Rezeption trauriger Filme. Es ist jedoch die prä-kommunikative Phase, in der Rezipientinnen und Rezipienten² zu ihren Motiven und subjektiven Theorien im Rahmen der vorliegenden Arbeit befragt werden.

Bezüglich der individuellen Mediennutzung wurde vor allem bezüglich des Uses-and-Gratifications-Ansatzes, der sich in den 1970er Jahren entwickelte, nach Ursachen für den Gebrauch von Medienangeboten gesucht und das Individuum als aktiver Nutzer dieses Mediums gesehen, der bestrebt ist, dadurch seine Bedürfnisse zu befriedigen. Es sind die Motive, die als Ursache der Mediennutzung eine zentrale Rolle innerhalb dieses Ansatzes des aktiven Mediennutzers spielen.

² Anm. zur Schreibweise: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der Folge von Rezipienten, Zuschauern, Protagonisten etc. die Rede sein; dies schließt selbstverständlich immer die weibliche Form ein. Bezüglich der dieser Arbeit zugrunde liegenden Stichprobe von Frauen und Männern, wird jedoch an entsprechender Stelle die korrekte Kennzeichnung wie bspw. *Rezipientin* und *Rezipient* eingeführt.

1.1.1 Der aktive Mediennutzer

1.1.1.1 Der Uses-and-Gratifications-Ansatz

Dieser Ansatz fragt nicht „Was machen die Medien mit den Rezipienten?“ – wie dies im Wirkungsparadigma der 1920er bis 1960er Jahre in der Forschung gefragt wurde (vgl. Vorderer 1992) – sondern umgekehrt: „Was machen die Rezipienten mit den Medien?“. Der ‚Uses-and-Gratifications-Approach‘ entwickelte sich als Forschungsansatz, bei dem die Wiederentdeckung des Rezipienten im Vordergrund steht. Meyen (2004) definiert diesen Ansatz als handlungstheoretischen bzw. motivationalen Ansatz im Vergleich zum verhaltenstheoretischen Wirkungsansatz, aus dessen Perspektive die Mediennutzer lediglich auf die Medienbotschaften reagieren. Die ursprüngliche theoretische Formulierung und Modellierung wurde von Katz und Blumler (1974, zitiert nach Meyen, 2004) umgesetzt. Damals wie heute stehen menschliche Bedürfnisse, die individuelle Erwartungen generieren im Mittelpunkt, wobei sich der Rezipient aktiv, rational und zielgerichtet dem Medium zuwendet, um durch dieses eine Belohnung zu erhalten: die Befriedigung seiner Bedürfnisse. Es wurde konstatiert, dass der Mensch explizit benennbare Bedürfnisse hat und sich mit ganz bestimmten Erwartungen im Hinblick auf das gewünschte Ziel einem entsprechenden Medium zuwendet. Weiterhin wird innerhalb dieses Ansatzes beobachtet, dass die einzelnen Medien dabei zum einen untereinander und Programminhalte innerhalb eines Mediums, zum anderen aber auch mit anderen Möglichkeiten der Bedürfnisbefriedigung miteinander konkurrieren.

Im Nutzen- und Belohnungsansatz kommt der Frage, *warum* der einzelne Rezipient sich einem ganz bestimmten Medium oder Programminhalt zuwendet, eine zentrale Bedeutung zu, ebenso ist dies in der vorliegenden Arbeit der Fall.

1.1.1.2 Kritik und Erweiterungen

Der zentrale Bedürfnisbegriff stellte sich innerhalb der Uses-and-Gratifications-Theorie als theoretisches Problem heraus (vgl. Bonfadelli, 2004). Vorderer (1992) bezieht in seiner Kritik diesen Aspekt auf eine „eklatante Theorieschwäche [...]“ die sich vor allem in dem „Versuch einer funktionalen Zurückführung der Mediennutzung auf – als zugrundeliegend konstatierte – Bedürfnisse“ manifestiere (Vorderer, 1992, S. 28). Diese Theorieschwäche und theoretische Beliebigkeit der Uses-and-Gratifications-Theorie wurde wiederholt kritisiert.

Ein weiterer Versuch, den Bedürfnis-Begriff innerhalb des Nutzen-Belohnungs-Ansatzes genauer zu differenzieren, erfolgte durch Rosengreen (1985, zitiert nach Bonfadelli, 2004). Er konzipierte zur Analyse der Nutzung von TV-Nachrichten eine vierpolige Typologie (vgl. Bonfadelli, 2004) in *Umweltorientierung, Parasoziale Beziehungen, Sozialer Integration* und *Para-Orientierung*.

Nicht in das Theoriekonzept des Nutzen- und Belohnungs-Ansatzes mit einbezogen wird die Annahme, dass soziale und psychologische Ursprünge der Bedürfnisse existieren, die Erwartungen nach sich ziehen und an die Medien gestellt werden. Bezogen auf die Motivation zur Fernsehnutzung (Schmitz et al, 1993) spielen neben diesen Erwartungen die individuelle und situative Motivation, eingebettet in einen sozialen Kontext, eine zentrale Rolle. Palmgreen (1984) versuchte, die Entstehung von Nutzungsmotiven aus den Bedürfnissen heraus in das Zentrum seines Modells zur Erklärung von Fernsehnutzung zu stellen, wobei diese Bedürfnisse wiederum aus verschiedensten psychologischen und sozialen Einflussfaktoren entstehen. Dabei handelt es sich um ein Prozessmodell, dem zufolge das „Produkt von Vorstellungen (Erwartungen) und Bewertungen die Suche nach Gratifikationen beeinflusst, die dann auf die Mediennutzung einwirkt“ (Palmgreen, 1984, S. 56).

In diesem integrativen Gratifikationsmodell der Massenmediennutzung (vgl. Palmgreen, 1984) werden sowohl bewusste als auch unbewusste Auslöser für die Bedürfnisse dargestellt, aus denen die Nutzungsmotive entstehen. Das Modell trägt nicht nur dem Kritikpunkt am Uses-and-Gratifications-Ansatz Rechnung, dass sich Rezipienten ihrer Motive immer vollständig bewusst sein sollen, sondern ebenso der Kritik in Bezug auf die Qualität der Bedürfnisbefriedigung, die in Palmgreens Modell explizit differenziert wird und einen wichtigen Platz innerhalb seiner Theorie einnimmt.

Bezüglich des Problems der Motivnennung werde nach Zillmann (1994) der Rezipient vermutlich nur das sagen, was ihm früher einmal an Motiven beigebracht worden sei (vgl. auch Vorderer, 1992). Mit Bezug auf Groeben und Vorderer (1988, zitiert nach Vorderer, 1992) spricht Vorderer in diesem Zusammenhang von „sozialer Erwünschtheit“ und „Überschätzung der befragten Person“ (Vorderer, 1992, S. 34 ff.).

Es wurde mehrfach kritisiert, dass die Publikumsaktivität in diskutierter Theorie zu unklar definiert sei, nicht als zielorientiert dargestellt und generell überbetont würde (vgl. z. B. Bonfadelli, 2004 und Vorderer, 1992). Levy und Windahl (1984, zitiert nach Bonfadelli, 2004) differenzierten die Publikumsaktivität in zwei Dimensionen: *Selektivität*, *Involvement* und *Nützlichkeit* – wonach sich das Publikum orientiert – auf der einen Dimension und in Sequenzphasen der Aktivität während einer Kommunikation, die wiederum umrahmt wird von einer prä- und einer postkommunikativen Phase als eine andere Dimension.

Letztere Unterteilung wurde in dieser Arbeit bereits oben erwähnt. Die dieser Arbeit zugrunde liegende Untersuchung bezieht sich hinsichtlich der Untersuchung von Rezeptionsmodalitäten bei der Rezeption trauriger Filme auf die Analyse der Aktivitäten in der Phase ‚während der Kommunikation‘ (vgl. Abb. 1). Im Rahmen einer qualitativen Befragung wird eine kleine Stichprobe von Personen jedoch nicht nur zu ihrem Rezeptionserleben zu einem ausgesuchten traurigen Film befragt, sondern zusätzlich auch zu ihrem eigenen Medienauswahl-Verhalten und Nutzen der Beschäftigung mit traurigen Filminhalten im allgemeinen. Somit werden auch die beiden anderen Phasen der Kommunikationssequenz ausgehend von unten aufgeführtem (vgl. Abb. 1) Modell berücksichtigt.

Orientierung des Publikums	Phase in der Kommunikationssequenz		
	<i>Prä-kommunikativ</i>	<i>Während der Kommunikation</i>	<i>Post-kommunikativ</i>
<i>Selektivität</i>	Selektive Auswahl	Selektive Wahrnehmung	Selektive Erinnerungen
<i>Involvement</i>	Zuwendungserwartungen	Aufmerksamkeit, Identifikation, parasoziale Interaktion	Langfristige Identifikation, Phantasien
<i>Nützlichkeit</i>	Gesprächswert	Gezielte Gratifikationen erfahren bzw. ausleben	Themengebrauch, Meinungsführerschaft

Abbildung 1: Formen von Publikumsaktivität

Rubin diskutiert 1994 die aktuelle Forschungslage zur Mediennutzung im Lichte des Nutzen- und Belohnungs- Ansatzes und betont in diesem Zusammenhang Alternativen und Interaktion (im Rahmen von Abhängigkeit an Medien allgemein):

Dependency on a medium results from motives or strategies for obtaining gratifications and restricted functional alternatives. Social and psychological

attributes (e.g. health, mobility, interaction, life satisfaction, economic security) affect the availability of alternatives, media motives or orientations, and dependency on a medium. (Rubin, 1994, zitiert nach Zillmann & Bryant, 1994, S. 428)

1.1.2 Der Unterhaltungsbegriff innerhalb der Rezeptionsforschung

Da das Sad Film Paradoxon ein Phänomen im Rahmen der Rezeption von Unterhaltung durch Kino und Fernsehen darstellt, scheint es sinnvoll, das bisherige Verständnis bzw. einige bisherige Theorien und Modellierungen von Unterhaltung an dieser Stelle zu explizieren.

In jüngerer Zeit stellte Früh (2002) ein Rahmenmodell der Unterhaltung auf, das Unterhaltung als Ganzes theoretisch darzustellen versucht und diese in ihrer Entstehung und mit Fokus auf das Unterhaltungserleben von Rezipienten von der prä- bis einschließlich post-kommunikativen Phase erklärt (vgl. Früh, 2006). Seine Grundthese geht u.a. davon aus, dass „[...] Unterhaltung am überzeugendsten als kognitiv-affektives Erleben des Rezipienten“ zu konzipieren sei (Früh, 2006, S.42). Begleitende Kognitionen und Affekt während der Unterhaltung durch traurige Filme bestimmen den Fokus der vorliegenden Arbeit.

Vorderer, Klimmt und Ritterfeld (2004) stellen Unterhaltung als komplexes Modell dar, indem im Kern „Enjoyment“ festgemacht wird, welches durch verschiedene Motivkomplexe und Voraussetzungen zur Nutzung von Seiten des Individuums wie bspw. Spannungserleben und Empathie entsteht und in dem ebenso Motive wie Stimmungsregulation oder Eskapismus integriert sind. Nach den Autoren des Modells führen letztere wiederum zu spezifischen (Lern- und Katharsis-)Effekten, die sich u.a. in Gefühlen von Spannung, Kontrolle oder Erlebnisweisen im Rahmen einer Nachdenklichkeit und Melancholie manifestieren. Diese Erlebnisweisen scheinen für die Unterhaltungsphänomene des Sad Film Paradoxons besonders fruchtbar zu sein.

In diesem Zusammenhang sei zudem eine Konzeptualisierung von Nabi und Krcmar (2002) erwähnt, wobei das ‚Enjoyment‘ an Medienangeboten als Einstellung dargestellt und als Moderatorvariable zwischen der eigentlichen Medienuwendung und dem damit verbundenen Effekt fungiert. Dabei beziehen die Autoren Reaktionen und Effekte aus den

Bereichen Affekt, Kognition und Verhalten in ihr Modell von Enjoyment innerhalb der Unterhaltung mit ein.

Nach Mikos (2006) ist die Suche nach einem theoretischen Modell von Unterhaltung „sinnlos, da das Erlebnis selbst offenbar noch nicht Unterhaltung ist, sondern erst durch eine positive Bewertung [...] zu Unterhaltung wird“ (Mikos, 2006, S. 139). Mikos stellt „Überlegungen zur Unterhaltung als Rezeptionskategorie“ (Mikos, 2006, S. 127) auf und unterstreicht bei seiner Aufstellung verschiedener Genres die Tatsache individueller Rezeptionserlebnisse bei unterschiedlichen Genres und Formaten. Er konstatiert:

[...] Melodramen, Horrorfilme[...] strukturieren die kognitiven und emotionalen Aktivitäten des Publikums auf je unterschiedliche Weise vor. [...] die verschiedenen Erlebnisformen [...] scheinen jedoch eines gemeinsam zu haben: Sie stellen ein Rezeptionserlebnis dar, das von den Zuschauern positiv bewertet wird. (Mikos, 2006, S. 137)

Früh (2002) wirft die Frage auf, wie viel Unterhaltung ein Spielfilm enthält und erklärt, dass Medienangebote überhaupt keine Unterhaltung repräsentieren, sondern nur Unterhaltungspotenziale darstellen.

Nach Vorderer (1992) „fallen wohl die meisten der im Fernsehen ausgestrahlten (narrativen) Filme in den Bereich der Unterhaltungs- bzw. Populärkultur“ (Vorderer, 1992, S. 50). Wie viel Unterhaltungspotential (Früh, 2002) ein Spielfilm aus dem Genre „Sad Film“ bzw. Melodram / Tragödie darstellt und welche kognitiven und emotionalen Aktivitäten die Rezipienten dabei entfalten während sie sich dabei „entertainen“, ist wie bereits erwähnt u.a. Gegenstand der vorliegenden Arbeit. Vorderers Begriff des „narrativen Films“ (Vorderer, 1992, S. 50) wird für diese Arbeit übernommen und an einigen Stellen wieder auftauchen.

Im nächsten Abschnitt soll zunächst ein Konstrukt vorgestellt werden, das zum Verständnis der Aktivitäten im Rahmen von Rezeptionsprozessen beitragen soll. Dieses Konstrukt liefert zudem die Basis zum Verständnis des Untersuchungsvorgehens für die vorliegende Arbeit.

1.2 Das integrative Konstrukt der Rezeptionsmodalitäten

Suckfüll hat 2004 ein integratives Konstrukt im Rahmen der Medienwirkungsforschung entworfen, wobei sie die Prozesse, die während des konkreten Filmerlebens entstehen, analysierte. Dieses Konzept soll im Rahmen der Analyse dieser Arbeit als Grundlage für die Auswertungsmethode dienen und bereits an dieser Stelle expliziert werden.

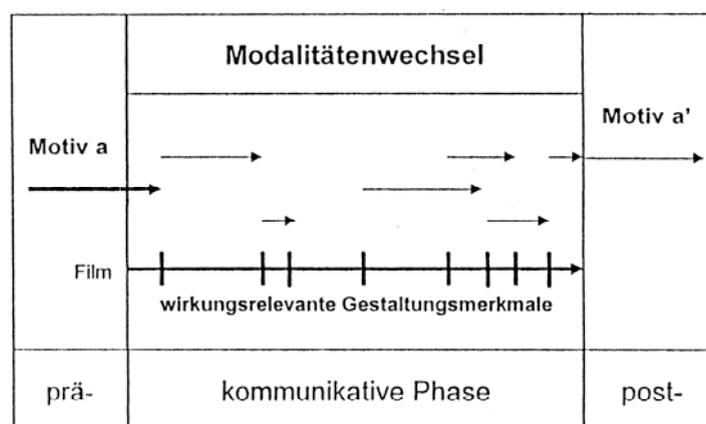


Abbildung. 2: Theoretische Konzeption der Rezeptionsmodalitäten (nach Suckfüll, 2004).

Nach Suckfüll manifestieren sich im Laufe der Mediensozialisation bei den Zuschauern bestimmte individuelle Modalitäten (vgl. Suckfüll 2004). Diese werden über die wiederholte Hinwendung zu individuell ausgewählten Medienformaten eingeübt und beeinflussen wiederum die Auswahlentscheidungen. Somit wird davon ausgegangen, dass Rezipienten diejenigen Medienangebote auswählen, von denen sie glauben, dass sie ihren bereits entwickelten Rezeptionsmodalitäten entsprechen. Die Auseinandersetzung mit dem aktuell ausgewählten Medienangebot führt zu einem Kompetenzerleben und wird somit positiv erlebt, so dass dieses Erlebnis gerne wiederholt wird. Dabei geht Suckfüll im Rahmen des Nutzen- und Belohnungsansatzes davon aus, dass Menschen zielgerichtet, jedoch den individuellen Motiven und Erwartungen entsprechend, aus dem Medienangebot auswählen. Rezeptionsmodalitäten entstehen innerhalb eines Prozesses und beschreiben einerseits die Aktivitäten von Rezipienten während der eigentlichen Phase der Rezeption von Medienangeboten, andererseits bedingen sie Auswahlentscheidungen mit.

Das Konstrukt Rezeptionsmodalitäten basiert auf der Annahme einer transaktionalen Beziehung zwischen Rezipient und Medienangebot im Sinne der Unterhaltungstheorie Frühs (2002, 2003). Anders als beim ursprünglichen Nutzen- und Belohnungsansatz wird

hier auf die Wechselbezüglichkeit von Rezipientenmerkmalen und Medienmerkmalen fokussiert und – wie oben bereits beschrieben - werden Person, Medienangebot und Situation durch emotionale und kognitive Aktivitäten einem bewertenden Prozess unterzogen. Dabei trägt die Person Prädispositionen an das Medienangebot heran.

Wenn Rezipienten ein spezifisches Genre an Unterhaltung auswählen, von dem sie glauben, dass es ihren Rezeptionsmodalitäten entspricht, so führt dies nach Suckfüll zu einem Kompetenzempfinden und wird positiv erlebt. Auf diese Weise werden die bei der Rezeption von traurigen Filmen zugrunde liegenden Modalitäten und die damit einhergehende Auseinandersetzung mit den darin enthaltenen Thematiken vom Rezipienten ebenso als Kompetenz empfunden und positiv bewertet (vgl. Suckfüll, 2005). Somit wird aufgezeigt, wie allgemeine Motive für die Selektion von Medienangeboten ausgebildet werden und warum bestimmte Genres präferiert werden. Wie auch in den hier aufgeführten Theorien bereits mehrfach angeklungen, hängt die Nutzung von Medienangeboten von mehreren Variablen im Sinne von Prädispositionen wie bspw. Persönlichkeitsfaktoren ab und mit soziodemographischen und psychographischen Merkmalen der Rezipienten zusammen.

Rezeptionsmodalitäten sind nach Suckfüll medienübergreifend relevant, d.h. dass ein Rezipient, der viel fernsieht, für das Fernsehen individuelle Modalitäten ausbilden wird, die er für andere fiktive Medien ebenfalls anzuwenden versucht. Beispielsweise sei demnach der Transfer einer für das Fernsehen ausgebildeten Herangehensweise auf das Kino durchaus möglich, denn Rezipienten, für die z. B. „die in den Medien [Verf.: bzw. im Fernsehen] auftretenden Menschen im Vordergrund stehen, können auch im Kino auf ihre Kosten kommen“ (Suckfüll, 2004, S. 112). Dabei ist weniger die Angemessenheit der Situation als vielmehr die kognitive Verfügbarkeit ausschlaggebend. Die Modalitäten werden dahingehend verstanden, als dass sie im Laufe des Rezeptionsprozesses wechseln oder sich phasenweise überlagern können. Zudem kann es passieren, dass in bestimmten Phasen keine dem Zuschauer zur Verfügung stehende Modalität greift. Medienwirkung ergibt sich demnach dadurch, dass spezifische Gestaltungsmerkmale eines entsprechenden Mediums, wie bspw. eines narrativen Filmes, interdependent mit individuellen Rezeptionsmodalitäten auftreten (vgl. Abb.2).

Zur Abgrenzung zum Begriff der *Motive*, die individuell zur Selektion bestimmter Genres oder Unterhaltungsformate zum Einsatz kommen, spricht Suckfüll von einer wechselseitigen Beziehung dieser zu den Rezeptionsmodalitäten:

Die Rezeptionsmodalitäten fungieren potenziell als Selektionskriterium. [...] Der Rezipient tritt mit einem ihm bewussten Motiv, das in Befragungen ohne weiteres angegeben werden kann, an das Medienangebot heran (vgl. Kap. 1.2.3). Die während der Rezeption eingesetzten Modalitäten sind nicht unabhängig von solchen allgemeinen Motiven, die die Angebotsselektion wesentlich mitbestimmen. [...] Wenn ein Zuschauer z.B. distanziert an ein bestimmtes Medienangebot herangeht und aus professionellem Interesse über die Umsetzung nachdenkt, wird diese Formierung wiederum in die Formierung von übergeordneten Rezeptionsmotiven einfließen. (Suckfüll, 2004, S. 118)

Inwieweit diese Motive allerdings tatsächlich bewusst und somit kommunizierbar sind, wurde jedoch bisher durch mehrere Stimmen im Rahmen der Debatte um den Uses-and-Gratifications-Ansatz inkonsistent zu Suckfülls Meinung im Hinblick auf die Bewusstheit von Rezeptionsmotiven begründet. Somit scheint noch keine Klarheit bezüglich dieses Gegenstandes der Medienwirkungsforschung zu bestehen.

Suckfüll betont, dass *Involvement*, bzw. eine derart intensive Wahrnehmung der Medieninhalte, bei denen es zu intensivsten kognitiven und emotionalen Prozessen im Verlaufe der Rezeption kommt, so dass das Bewusstsein der fiktionalen Rezeptionssituation aufgehoben zu sein scheint (vgl. Vorderer, 1992), bei der Charakterisierung von Mediennutzung eine Rolle spielt. Es handelt sich bei den Rezeptionsmodalitäten jedoch um „Differenzierungen von involvierter Rezeption“ (Suckfüll, 2004, S. 128). Beispielsweise differenziert Suckfüll in *Ideensuche* und *Identifikation*. Da ihrer Meinung nach das Konstrukt des *Involvement* noch unausgearbeitet ist, definiert sie dieses als in erster Linie „interdependentes, zwischen Medium und Rezipient vermittelndes „prozessorientiertes Konstrukt“ (Suckfüll, 2004, S. 109) und gibt ihm mit dem Begriff der *Rezeptionsmodalitäten* einen neuen Namen. Diese schließt unterschiedliche Formen von *Involvement* und *Distanzierung* ein. Letzteres Motiv wurde durch Vorderer 1992 im Rahmen einer motivationspsychologischen Erklärung für die Rezeption von Fernsehfilmen eruiert und soll dem Bewusstsein des Rezipienten für die Fiktionalität von Medieninhalten Rechnung tragen, wobei der Rezipient zudem als eher

„unbeteiligter Beobachter“ (Vorderer, 1992, S. 83) verstanden wird, der überwiegend am Aufbau und der Machart des Filmes interessiert ist.

Suckfüll hat die Rezeptionsmodalitäten theoretisch fundiert und validiert (vgl. Suckfüll, 2003). Ihr Modell enthält sieben Modalitäten, die wiederum eine Zusammenhgangsstruktur ergeben. Zwischen einigen dieser Modalitäten bestehen Korrelationen, die höchste zwischen den Modalitäten bzw. Faktoren ‚Ideensuche‘ und ‚Identifikation‘. Weiterhin steht ‚Produktion‘ in Beziehung zu ‚Spiel‘ und die Modalität ‚Präsenz‘ zur Modalität ‚Kommotion‘. ‚Narration‘ ergibt sich als siebte Modalität. Dabei hat Suckfüll im Laufe des Rezeptionsverlaufs eines Filmes aus dem Genre Tragödie physiologische Messungen vorgenommen. Diese hat sie an zuvor bestimmten Stellen des Filmes mit spezifischen wiederkehrenden inhaltlichen Merkmalen oder den Momenten des Auftretens der Protagonisten erhoben. Die Reaktionen der Probanden auf diese Merkmale wurden methodisch als Parameterschätzungen im Rahmen eines zeitreihenanalytischen Verfahrens analysiert. Ein Vergleich der Ergebnisse der Einzelfallanalysen nach Rezeptionsmodalitäten ergab bspw., dass Personen, die die Modalität ‚Narration‘ dominant nutzten, signifikant auf bestimmte Strukturen bzgl. der Filmhandlung, bzw. Erzählung reagierten.

Die Modalität *Narration* bezeichnet eine kognitive Auseinandersetzung mit der Erzählung derart, als dass der Zuschauer nach der Botschaft des Filmes sucht, wobei ggf. durch intensives Nachdenken der Sinn des Filmes zu erschließen versucht wird. Bei der Modalität ‚Spiel‘ – und auch ‚Produktion‘ – löst sich der Zuschauer von dieser sehr kognitiven Modalität der ‚Narration‘. Allerdings zeigten Suckfülls Analysen, dass die Modalitäten ‚Spiel‘ und ‚Narration‘ eng zusammenhängen. Dies verweist nach Suckfüll auf eine „kognitive Anstrengung, die mit der Konstruktion alternativer Welten einhergeht“ (Suckfüll, 2004, S. 156).

Spiel erläutert die Autorin allerdings eher dahingehend, als dass sich mehr auf einer kognitiven als auf einer emotionalen Herangehensweise an die Filminhalte angenähert wird. Allerdings entsteht hier im Sinne einer ‚Identitätsarbeit‘ (vgl. Vorderer, 1992) durch den Rezipienten eine Konstruktion eines persönlichen, eigenen Filmes im Rahmen eines Spiels, wobei das Geschehen auf der Leinwand / dem Bildschirm durch eigene Vorstellungen oder Ideen verändert wird.

Durch die Modalität *Produktion* vergegenwärtigen sich die Zuschauer auf imaginative Weise, wie es bspw. überhaupt zu der ‚Produktion‘ des Filmes gekommen ist.

Durch *Ideensuche* finden die Zuschauer, durch das im Film gezeigte, Anregungen für ihr eigenes Leben. Zusammen mit der Modalität Identifikation sieht Suckfüll diese wieder im Rahmen einer Identitätsarbeit bzw. Identitätsstabilisierung (Suckfüll, 2004, S. 154).

Die *Identifikation* vollzieht sich durch den Vergleich der eigenen Person der Rezipienten mit den Figuren im Film.

Präsenz steht für eine Modalität, die eine Art tiefes Involvement, ein regelrechtes ‚Eintauchen in die Filmhandlung‘, charakterisiert.

Kommotion schließlich meint einen Modus, in dem die Zuschauer ihre Gefühle während der Rezeption regelrecht ausleben, indem sie gegebenenfalls ihren Emotionen, wie Traurigkeit, durch Weinen Ausdruck verleihen.

Der Hauptfokus von Suckfülls Ansatz liegt in der Untersuchung von Rezeptionsmustern und entsprechenden Aktivitäten, bzw. Modalitäten, wie dies auch in der vorliegenden Arbeit der Fall ist, und die bezogen auf einen spezifischen Film untersucht wurden. Des Weiteren sollten jedoch auch individuelle Motive erhoben werden. Dabei wurde sich auf Suckfüll (2004) bezogen. Sie fordert, dass Befragungen zu Nutzungsmotiven generell an konkrete Angebote geknüpft werden sollten, wobei es sich von Vorteil erweisen sollte, wenn „Befragungen an tatsächliche Situationen von Mediennutzungen“ (Suckfüll, 2004, S. 37) geknüpft würden. Die Befragten erbringen beim Verbalisieren ihrer persönlichen Erlebnisweisen während eines Filmes ‚Abstraktionsleistungen‘, die unterstützt werden können, indem sie sich bestenfalls „[...] unterschiedliche Nutzungssituationen vor Augen führen; sich fragen, welche Bedürfnisse jeweils wirksam wurden; sich dann überlegen, wie häufig wohl welches Bedürfnis von Bedeutung ist [...].“(Suckfüll, 2004, S. 37). Dabei stelle sich, nach Suckfüll, die individuelle Bedeutsamkeit des Bedürfnisses bei der Nutzung eines Mediums – bspw. eines traurigen Filmes – für die Rezipienten heraus. Basierend auf dieser These wurde die dieser Arbeit zugrunde liegende Untersuchung aufgebaut. Die genaue Untersuchungsdurchführung wird im Kapitel 2 expliziert werden.

Insgesamt handelt es sich nach Suckfüll bei der Rezeption von Unterhaltung „um ein sehr persönliches, in unterschiedlicher Weise gestaltbares, positiv empfundenes Erleben“ (Suckfüll, 2004, S. 166.) Diesem „sehr persönlichen“ Erleben und dem Paradoxon des ‚Sad Films‘ auf die Spur zu kommen ist das zentrale Anliegen der vorliegenden Arbeit.

1.3 Erklärungsansätze und Befunde zum Sad Film Paradoxon

1.3.1 Das Genre ‚Sad Film‘

Im Rahmen der Selektion und Rezeption von Unterhaltung wird zumeist davon ausgegangen, dass diese aus hedonistischen Gründen motiviert ist. Somit ist ein Phänomen, das innerhalb der Rezeptionsforschung besonders verwundert, jenes, dass Menschen es als reizvoll bzw. unterhaltend und positiv bewerten, Medienangebote zu wählen und zu rezipieren wie z. B. Filme aus dem Genre Drama oder auch Informationssendungen mit tragischem Inhalt. Im Sinne des Nutzen- und Belohnungsansatzes – wie weiter oben erläutert – suchen einige Rezipienten dieses Genre also gezielt auf und versprechen sich davon entsprechende Gratifikationen, die nicht so nahe auf der Hand zu liegen scheinen.

Eine weitere Unsicherheit ergibt sich aus dem Begriff des Genres Drama per se. Der wissenschaftliche Terminus ‚Sad Film Paradoxon‘ wurde in den 90er Jahren durch Arbeiten von Mary Beth Oliver hervorgerufen, die mit „sad films“ – traurigen Filmen – von Spielfilmen ausging, die im anglo-amerikanischen Sprachraum als „Tearjerker“ bezeichnet werden und einem separaten Genre, dem des ‚Liebesfilms‘ zugeordnet werden können. Im Rahmen ihrer Untersuchung zum Paradoxon im Jahre 1993 ließ Oliver innerhalb einer Voruntersuchung eine amerikanische Schulklasse befragen bzw. auflisten, welche Filme bei ihnen traurige Gefühle auslösen. Dabei wurde sowohl auf eine Differenzierung von weiblichen und männlichen Vorstellungen zu diesem Genre verzichtet, als auch in eine Unterscheidung von Filmen, die mit einem guten versus einem tragischen Ausgang enden. Demnach beziehen sich die bisherigen Arbeiten zum Sad Film Paradoxon auf ‚Tearjerker‘ mit relativ unspezifischer Thematik und der Vermutung, dass es sich dabei zumeist um „Herzschmerz“-Themen im Rahmen von Liebesgeschichten handelt.

Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive steuern Genres Erwartungen von Rezipienten (vgl. Gehrau, 2003). Dabei nutzen die Zuschauer in der Kommunikation über Medienangebote verstärkt Genrebezeichnungen, um in Selektions- und Rezeptions-

situationen aufkommende Unsicherheit zu reduzieren. Genrezuordnungen bieten demnach „Anschlussmöglichkeiten an bereits gemachte kognitive und emotionale Erfahrungen (Gehrau, 2003, S. 227).“

Abbildung 3 dieser Arbeit zeigt eine Darstellung aktueller Media-Daten in Bezug auf die Anzahl erstaufgeführter Langfilme in der deutschen Kino- und Fernsehlandschaft für die Jahre 2001 bis 2005. Dabei wird von elf verschiedenen Genres plus ‚Sonstige‘ ausgegangen. Es ist ersichtlich, dass Dramen den größten Anteil an den gesamten Erstaufführungen der jeweiligen Jahre ausmachen, bei relativ stabilem Trend zwischen 31.9 % und 38.8 %, gefolgt von Komödien. Die Abbildung soll zum einen veranschaulichen, dass, ausgehend von den Erstaufführungen der letzten Jahre, aktuell ein großes Interesse des Kino- und Fernsehzuschauers an Dramen zu bestehen scheint, worauf die Filmindustrie mit Neuproduktionen entsprechend reagiert, und zum anderen, dass anhand dieses Beispiels zu erkennen ist, dass für dieses Genre häufig keine Differenzierungen vorzuliegen scheinen (und dennoch jeder mit dem Begriff des Dramas im Rahmen von Spielfilmen etwas verbinden kann.). ‚Melodramen‘, ‚Dramen‘, ‚Tragödien‘ oder einfach ‚traurige Filme‘ lösen vermutlich weniger Empfindungen wie Spaß oder Freude beim Zuschauer aus, als die dominierende Emotion *Traurigkeit*. In dieser Arbeit wird mangels einer einheitlichen Definition bzgl. narrativer Filme mit trauriger Handlung von einer Sorte von Filmen innerhalb des Oberbegriffs ‚Drama‘ die Rede sein, die die Protagonisten in einer tragischen, aussichtslosen Situation zeigen und dessen Ausgang kein ‚Happy-End‘ bietet. Ausgehend von diesem Verständnis dreht sich das zentrale Hauptthema weniger um Liebesbeziehungen als vielmehr um die Themen Krankheit / Tod / Sterben, mit denen die Protagonisten konfrontiert sind. Im Rahmen der Befragungen von zwölf Rezipienten trauriger Filme, die der vorliegenden Arbeit zugrunde liegen, sollen weitere Hinweise auftauchen, was die jeweiligen Befragten unter diesen verstehen.³

³ Es sei angemerkt, dass fortlaufend von ‚traurigen Filmen‘ ‚Tragödien‘ oder ‚Filmen mit traurigen Inhalten‘ die Rede sein wird.

Erstaufgeführte Langfilme nach Genres

Genres	2001		2002		2003		2004		2005	
	absolut	in %								
Abenteuerfilm ¹⁾	–	–	–	–	–	–	11	2,6	6	1,4
Drama	134	35,7	143	38,8	129	35,9	137	31,9	164	36,7
Thriller	25	6,7	25	6,8	24	6,7	34	7,9	31	6,9
Action	30	8,0	26	7,0	28	7,8	16	3,7	18	4,0
Horror	12	3,2	8	2,2	12	3,3	13	3,0	15	3,4
Sciencefiction	4	1,1	6	1,6	9	2,5	10	2,3	11	2,5
Komodie	98	26,1	88	23,8	85	23,7	116	27,0	96	21,5
Kinderfilm	25	6,7	19	5,1	20	5,6	21	4,9	15	3,4
Musikfilm	2	0,5	2	0,5	2	0,6	3	0,7	2	0,4
Dokumentarfilm	37	9,9	48	13,0	44	12,3	62	14,4	75	16,8
Fantasy	6	1,6	3	0,8	6	1,7	4	0,9	9	2,0
Western	2	0,5	1	0,3	–	–	3	0,7	–	–
Sonstige	–	–	–	–	–	–	–	–	5	1,1
Gesamt	375	100,0	369	100,0	359	100,0	430	100,0	436	100,0

1) Das Genre Abenteuerfilm wurde 2004 eingeführt.

Quelle: Spitzenorganisation der Filmwirtschaft: Filmstatistisches Jahrbuch. Baden-Baden: Nomos Verlag 2006.

Abbildung 3: Erstaufgeführte Langfilme 2001-2005 nach Genres

Im Mittelpunkt der Exploration geht es allerdings um die Frage, warum Menschen überhaupt Zeit mit *scheinbar* amüsierendem Entertainment verbringen und dies insbesondere mit Filmen mit traurigem Inhalt wie Tragödien. Ein handlungsbeschreibendes Charakteristikum der Tragödie ist nach Zillmann (1998): „(...) the display of grave misfortunes that befall good, admired and beloved protagonists who are considered utterly undeserving of their deplored fate” (Zillmann, 1998, S. 1). Zillmann verweist hier auf Identifikation und Gefühle wie Mitleid bzw. auf die Fähigkeit empathischer Gefühle von Seiten der Rezipienten.

Da es in den Folgekapiteln der Theorie vor allem um die Erklärung emotionaler Medienwirkung und zum anderen um den Einfluss medialer Angebote auf die Stimmung geht, ist ebenso eine Definition von Mills (1993) zu erwähnen, die auf das Emotionserleben der Zuschauer und insbesondere auf die Fähigkeit des Genres zielt, traurige Gefühle beim Publikum zu erzeugen: „A tragedy has a dreadful, disastrous, deplorable conclusion that causes viewers to feel mournful and melancholy“ (Mills, 1993, S. 255). Wie oben bereits erwähnt, werden im anglo-amerikanischen Sprachraum ‚Tearjerker‘ als Spielfilme bezeichnet, die negative Gefühle wie ‚Herzschmerz‘ oder (Liebes-)Kummer thematisieren. Sie können bei den Rezipienten starke affektive Reaktionen auslösen, die trotz negativer Konnotationen von den Rezipienten als Gratifikation erlebt werden (vgl. Oliver, 1993).

Nachdem nun die zugrunde liegende Vorstellung eines traurigen Filmes, die für diese Untersuchung relevant ist, erklärt worden ist, soll nun zunächst eine Annäherung an die

Erklärung des Paradoxons vorgenommen werden. Dabei werden Theorien vorgestellt, die in Bezug auf allgemeine Medien- und Unterhaltungsmodelle die Entstehung trauriger Emotionen und den damit ebenfalls einhergehenden Kognitionen bei der Suche nach Gratifikationen durch Medieninhalte beleuchten. Dabei sollen die in diesem Zusammenhang vermuteten Motive für die Nutzung dieses Mediums herausgearbeitet werden.

Zusätzlich versucht diese Arbeit neben der Exploration von Motiven und Erlebnisweisen trauriger Filme einen Beitrag zu leisten, inwieweit Persönlichkeitsvariablen als Antezedenzen von Selektionsprozessen im Hinblick auf die Auswahl von Filmen mit traurigen Inhalten eine Rolle spielen könnten und sich geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich der Motive für dieses Medium ergeben. Bisherige Befunde auf diesem Gebiet hat vor allem Oliver (1993 und Oliver et al, 2000) erbracht, die im Rahmen eines differentiellen Medienwirkungsansatzes im nachfolgenden vorgestellt werden.

1.3.2 Differentielle Medienwirkung und Rezipientenmerkmale

Ausgehend von einer rezipienten-orientierten Perspektive im Rahmen des Nutzen- und Belohnungsansatzes, kann angenommen werden, dass ein Mediennutzer zum einen bei der Auswahl der Medien bestrebt ist, seine Bedürfnisse zu befriedigen und zum anderen den Medienverarbeitungsprozess zu beeinflussen.

Modelle und Theorien aus dem Bereich der Persönlichkeitspsychologie bieten Anhaltspunkte für die Spezifizierung der *Person* im Rezeptionsprozess. Bereits an dieser Stelle soll darauf hin gewiesen werden, dass die Person und ihr individueller Rezeptionsprozess als Grundlage der Untersuchung des Erlebens von Unterhaltung bisher in den medienpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Untersuchungen in eher geringem Ausmaß und – bezogen auf das Sad Film Paradoxon – noch gar nicht zur Anwendung gekommen ist. Ansätze zur Erklärung des Paradoxons, ausgehend von spezifischen Rezipientenmerkmalen ergeben sich aus den nun folgenden.

1.3.2.1 Gender

Geschlechter-Stereotype bzgl. emotionalem Erleben implizieren häufig, dass Frauen generell emotionaler sind als Männer. Nach Birnbaum (1980) variieren Gender-Stereotype jedoch je nach Art der Emotion. Trauer, Angst und Freude werden eher mit dem

weiblichen Geschlecht und Wut eher mit dem männlichen als mit dem weiblichen Geschlecht assoziiert. Die Entwicklung dieser Stereotypen beginnt bereits in der frühen Kindheit („Jungs weinen nicht“ z. B.). Geschlechter-unpassende Gefühle scheinen negativ im Sinne einer Meta-Emotion bewertet zu werden (zum Ansatz der Meta-Emotionen vgl. 1.3.3.9). Oliver (1993) vermutet, dass Männer, die sich mit ihrer typisch männlichen Rolle stark identifizieren, traurige Gefühle als negative Erfahrung erleben bzw. bewerten und daher traurige Filme eher zu meiden scheinen.

Demnach sind nach Oliver nicht nur Gender- *Unterschiede* sondern ist Gender- *Identität* ein wichtiger Prädiktor für das Gefallen an Filmen mit traurigen Inhalten. (vgl. Oliver, 1993 und Oliver, Weaver & Sargent, 2000). Oliver verwendet den Begriff *Gender-Identität* in Anlehnung an Eagly (1987, zitiert nach Oliver et al, 2000), der davon ausgeht, dass Individuen dasjenige Verhalten zeigen, das mit entsprechenden durch die Individuen internalisierten sozialen Erwartungen und Normen konsistent ist. Diese sozialen Erwartungen können eben auch geschlechtstypisch sein, wobei er davon ausgeht, dass Individuen mit weiblicher Identität – egal ob Frau oder Mann – besondere Emotionalitäts- und Empathiefähigkeiten aufweisen. Oliver, Weaver & Sargent (2000) setzten u.a. zur Bestimmung dieser Geschlechtsidentität einen Fragebogen mit skalierten Maßen zur Erfassung dieser sowie eine Skala ein, die das allgemeine Vergnügen an traurigen Filmen wiedergab. Sie schlussfolgerten in ihrer Untersuchung aus dem Jahr 2000, dass Zuschauerreaktionen auf traurige Filme eine Kombination aus Persönlichkeitsmerkmalen der Zuschauer und spezifischen Filminhalten widerspiegeln, und dass diese Art von Filmen bevorzugt von Personen mit weiblicher Geschlechtsidentität geschaut wurden. Allerdings sei dies vor allem dann der Fall, wenn der Film ein typisch „weibliches“ Thema behandelte, wie bspw. Liebeskummer oder Beziehungsprobleme. Dabei betonten Oliver et al jedoch, dass ihre Ergebnisse aufzeigten, dass Männer diese Genre nicht abzulehnen scheinen, sondern dass Frauen dieses Genre einfach ganz besonders gerne mögen.

1993 hatte Oliver in ihrer Untersuchung zur Ergründung des Sad Film Paradoxons anhand einer Skala zur Erfassung des Enjoyment-Erlebens von traurigen Filmen belegen können, dass Frauen signifikant häufiger traurige Filme sehen, dabei von intensiveren Gefühlen von Traurigkeit berichteten als Männer und dabei diese Art von Filmen insgesamt positiver im Hinblick auf ihren Unterhaltungswert beurteilen. Diese Bewertung vollzieht sich nach Oliver (1993) mit Bezug auf Mayer und Gaschke (1988) auf eine meta-emotionale