DISSERTATION

Titel

Emotional relevante Medieninhalte

Verfasser

Mag. Wolfgang Höfer, M.A.

angestrebter akademischer Titel

Doktor der Philosophie (Dr.phil.)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 092 298

Dissertationsgebiet lt. Studienblatt: Psychologie

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Peter Vitouch

INHALT

Zusammenfassung ... 7
Abstract ... 8
Einleitung ... 9
THEORETISCHER TEIL ... 18
1 Emotionen ... 18
1.1 Definition von Emotionen ... 18
1.2 Kognitive Emotionstheorien ... 23
1.2.1 Alexius Meinong ... 24
1.2.2 Magda B. Arnold ... 25
1.2.3 Richard S. Lazarus ... 27
1.2.4 Bernard Weiner ... 30
1.2.5 Andrew Ortony, Gerald L. Clore und Allan Collins ... 32
1.2.6 Ira J. Roseman ... 34
1.2.7 Klaus Scherer ... 36
1.2.8 Nico H. Frijda ... 39
1.2.9 Emotionen und Relevanz ... 43
1.2.10 Kritik an kognitiven Emotionstheorien ... 44
1.2.11 Zusammenfassung und Implikationen ... 48
2 Publikums- und Gratifikationsforschung ... 52
2.1 Von der Wirkungsforschung zum Nutzenansatz ... 53
2.1.1 RezipientInnenbedürfnisse und Medienfunktionen ... 57
2.1.2 Differenzierte Nutzungsperspektive ... 60
2.1.3 Involvement ... 61
2.1.4 Eskapismus und Realität ... 63
2.1.5 Kernaussagen des Nutzen- und Belohnungsansatzes ... 65
2.1.6 Kritik am Nutzen- und Belohnungsansatz ... 65
2.1.7 Verbindung von Nutzungs- und Wirkungsperspektive ... 67
2.1.8 Zusammenfassung und Implikationen ... 70
2.2 Medienhandeln und Alltag ... 71
2.2.1 Strukturanalytische Rezeptionsforschung ... 71
2.2.2 Alltagspraktischer Sinn ... 76
2.2.2.1 Alltagspraktischer Sinn und Emotionen ... 79
2.2.3 Methoden der strukturanalytischen Rezeptionsforschung ... 81
2.2.4 Medien und Alltag: Beispielhafte Studien ... 84
2.2.5 Cultural Studies ... 95

2.2.6 Integration der Ansätze 103
2.2.7 Zusammenfassung und Implikationen 104
3 Medienforschung und Emotionen 106
3.1 Emotionalisierung als Merkmal von Medieninhalten 111
3.1.1 Affektfernsehen 112
3.1.2 Infotainment 114
3.1.3 Zusammenfassung und Implikationen 117
3.2 Emotionalisierung der RezipientInnen durch Medieninhalte 118
3.2.1 Gewaltwirkungsforschung 119
3.2.1.1 Gewaltrezeption und Verhalten 119
3.2.1.2 Wirkmodelle 121
3.2.1.3 Relativierte und differenzierte Wirkfaktoren 122
3.2.2 Kultivierungsforschung 129
3.2.2.1 Flache Emotionen 132
3.2.3 Fehlende Halbsekunde 134
3.2.4 Psychophysiologische Untersuchungen 136
3.2.5 Emotionale Ansteckung und Ausdrucksforschung 141
3.2.6 Dispositionstheorie 146
3.2.7 Theorie des Erregungstransfers 148
3.2.8 Zusammenfassung und Implikationen 151
3.3 Emotionen der RezipientInnen als Mechanismus der Selektion von Medieninhalten 153
3.3.1 Angstbewältigung 154
3.3.2 Stimmungsmanagement 156
3.3.3 Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie 161
3.3.4 Sensationslust 166
3.3.5 Parasoziale Interaktion 168
3.3.6 Zusammenfassung und Implikationen 173
3.4 Besonderheiten medieninduzierter Emotionen inklusive Empathie und situationaler Referenz 176
3.5 Medienforschung und kognitive Emotionstheorien 187
3.6 Zusammenfassung und Implikationen 198

EMPIRISCHER TEIL 205
4 Forschungsfragen 205
5 Forschungsdesign, methodische Entscheidungen und Operationalisierung 205
6 Hypothesen 208
7 Inhaltsanalyse 209
7.1 Auswahl des Untersuchungsmaterials 210
7.2 Kategorienbildung 212
7.3 Kodierung und Kodiereinheiten 241
7.4 Kategoriensystem und Kodieranweisungen 242
7.5 Ergebnisse 247
7.5.1 Statistische Auswertung 251
7.5.1.1 Angst 251
7.5.1.2 Ärger 252
7.5.1.3 Traurigkeit 253
7.5.1.4 Freude 253
7.5.1.5 Liebe 254
7.6 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse 255
8 Gruppendiskussionen 256
8.1 Rekonstruktive Sozialforschung 257
8.2 Dokumentarische Methode 258
8.2.1 Formulierende Interpretation 261
8.2.2 Reflektierende Interpretation 261
8.2.3 Diskursbeschreibung 262
8.2.4 Typenbildung 262
8.3 Gruppenrekrutierung 263
8.4 Gruppenzusammensetzung 263
8.5 Ablauf und Leitfaden der Gruppendiskussionen 265
8.6 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse 267
8.6.1 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Männliche Lehrlinge I“ 267
8.6.2 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Männliche Lehrlinge II“ 281
8.6.3 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Bürokauffrauen I“ 294
8.6.4 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Bürokaufrauen II“ 310
8.6.5 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studenten I“ 330
8.6.6 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studenten II“ 357

8.6.7 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studentinnen I“ ... 370
8.6.8 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studentinnen II“ .. 391
8.6.9 Typik „Junge Männer in Ausbildung zu Lehrberufen“ 411
8.6.10 Typik „Junge Frauen in Ausbildung zu Lehrberufen“ 413
8.6.11 Typik „Junge Männer in Ausbildung zu Akademikern“ 415
8.6.12 Typik „Junge Frauen in Ausbildung zu Akademikerinnen“ 417
8.6.13 Typik „Junge Männer“ 419
8.6.14 Typik „Junge Frauen“ 421
9 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse 422
10 Diskussion 428
Literaturverzeichnis 431
Anhang 473
Filmquoten 473
Statistische Auswertungen 475
Lebenslauf 486
Transkripte und Passageninterpretationen (siehe CD-Rom) 490

ZUSAMMENFASSUNG

Auf Basis der strukturanalytischen Rezeptionsforschung und kognitionspsychologischen Emotionstheorien wird der Zusammenhang zwischen wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen im Alltag der RezipientInnen und deren Medienhandeln untersucht. Das RezipientInnenhandeln wurde über repräsentative, telemetrische TV-Nutzungsdaten bezüglich eines Spielfilmsendeplatzes für einen Zeitraum von 3 Jahren (2007 bis 2009) erfasst. Mittels der erzielten Marktanteile wurden 2 geschlechtsspezifische Extremgruppen zu je 10 Filmen inhaltsanalytisch untersucht. Das Kategorienschema wurde von typischen Antezedenzbedingungen der Basisemotionen Angst, Ärger, Traurigkeit, Freude und Liebe abgeleitet. Zur Erfassung der relevanten Themen junger Erwachsener wurden 8 Gruppendiskussionen im Sinne der rekonstruktiven Sozialforschung abgehalten und mittels der dokumentarischen Methode interpretiert. Die erfassten Relevanzsysteme wurden auf die Ergebnisse der Inhaltsanalyse bezogen. Die Ergebnisse verdeutlichen die Beziehung zwischen alltagsrelevanten Themen und emotional relevanten Medieninhalten.

ABSTRACT

The coherence of perception- and actionguiding topics in daily life of recipients and media selection is studied based upon structure-analytical reception research and cognitive emotion theories. Media selection was covered by representative, telemetric usage data of a TV film slot through three years (2007 to 2009). Two gender specific extreme groups, each including 10 films, were content-analytically compared. The category scheme was derived from typically emotion eliciting antecedents of the basic emotions fear, anger, sadness, happiness and love. Eight qualitative group discussions were conducted to cover the relevant topics of young adults. Those results were brought into relation to the findings of the content analysis. The assumption concerning the interconnection of everyday life relevant topics with selected media content was supported.

EMOTIONAL RELEVANTE MEDIENINHALTE

Wenn über Medien diskutiert wird, dann tauchen häufig die Begriffe „Emotion“ und „Relevanz“ auf. Im Rahmen meiner beruflichen Tätigkeit komme ich daher immer wieder mit diesen beiden Begriffen in Berührung. Dabei zeichnet sich allerdings ein gewisses Muster der Verwendung der beiden Ausdrücke ab. Relevanz wird meistens mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag und der Informationsfunktion der Medien in Verbindung gebracht (vgl. Engel & Mai, 2010), währenddessen Emotionen eher bezüglich Unterhaltung, Werbung und Programmpromotion Verwendung finden. Häufig wird eine möglichst emotionale Präsentation der (hoffentlich) relevanten Inhalte gefordert, was generell zu einer hohen Aufmerksamkeit und im Endeffekt zu Publikumserfolgen führen soll. Der Begriff der Emotion wird meistens auf die formale Art der Publikumsansprache reduziert und meint dann den Einsatz von formalen Mitteln wie Musik- und Effekteinsätzen sowie die Forderung nach dynamischen Montagen und dramatisierenden Bildern. Was aber bedeuten Emotionen auf eine inhaltliche Programmebene bezogen, und welche Beziehung besteht zwischen verschiedenen Zielgruppen und für sie emotional relevante Inhalte? Weiters ist zu klären, ob emotionalisierende Inhalte gleichzeitig Relevanz für die jeweiligen Publika haben bzw. ob zwischen Emotion und Relevanz eine (psychologische) Verbindung besteht. Die Forderung nach relevanten Inhalten ist häufig mit komplexen Diskussionen und äußerst unterschiedlichen individuellen Ansichten verbunden. Welche Medieninhalte für welche Publikumssegmente relevant sind, ist bei genauerer Betrachtung eine äußerst schwierige Frage. Öffentlich-rechtliche Medien müssen gesellschaftlich relevante Inhalte kommunizieren, worauf u.a. ORF-Generaldirektor Dr. Alexander Wrabetz hinweist: „Als elektronisches Leitmedium hat der ORF seine Medien in Radio, Fernsehen und Online verstärkt dazu genutzt, gesellschaftlich relevante Themen zu setzen, sie zu entwickeln und dadurch den gesellschaftlichen Diskurs auf Basis seriöser Information und Diskussion zu fördern.“ (Wrabetz, 2011b, S. 18) „Public Value“ kann mit der öffentlich-rechtlichen Thematisierungsfunktion relevanter Themen in Verbindung gebracht werden (Wrabetz, 2011a). Aber auch private Fernsehanbieter stellen den Eigenanspruch auf relevante Inhalte. So bezeichnet Gerhard Zeiler (CEO der RTL-Group) Jugend, Stärke, Innovation, Provokation und Relevanz als die Eckpfeiler der Marke RTL (Mader, 2011). Wie aber kann der Anspruch auf Relevanz mit den Erkenntnissen der Medienpsychologie und der Rezeptionsforschung in Einklang gebracht werden, wonach Film und Fernsehen neben einem Informationsbedürfnis auch emotionale Bedürfnisse der RezipientInnen befriedigen? „Die Dimension Emotionalität, die für Spaß, Spannung, Entspannung und Abwechslung nach der Tageshetze steht, ist mit einem Anteil von 57 Prozent unter allen Fernsehzu-

schauern die wichtigste TV-Erlebnisweise.“ (Dehm, Storll & Beeske, 2005). Auch in aktuellen Studien wird die Suche nach Spaß und Entspannung als eines der Hauptmotive der TV-Zuwendung erfasst (Engel & Mai, 2010). Dass Emotionen von FernsehmanagerInnen als elementare Erfolgsfaktoren angesehen werden, verdeutlicht u.a. die Aussage von Gerhard Zeiler anlässlich der Ehrung mit dem „Brandon Tartikoff Legacy Award“:

> But one thing has not changed. The principles which differentiate good from bad, successful from unsuccessful programs. Principles like that a show only can be successful, if it’s getting into you heart, if it touches us in one way or the other, or that it has to relate to our lives, connect to us or that it has to be original and not a copy and that is has to be executed brilliantly. (Zeiler, 2011)

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich grundlegend mit dem Zusammenhang von Medieninhalten und Emotionen. Der Fokus liegt dabei aber nicht auf der Analyse von Reiz-Reaktions-Ketten im Sinne der Wirkungsforschung und damit nicht auf den emotionalen Reaktionen, die Medieninhalte bei den RezipientInnen auslösen können, sondern auf dem Zusammenhang zwischen dem Lebenskontext der RezipientInnen und den selektierten TV-Sendungen. Im Zentrum steht die Erforschung des Zusammenhangs zwischen alltagsrelevanten Themen und genützten, möglicherweise emotionsauslösenden Mediensituationen. Das übergeordnete Erkenntnisinteresse ist demnach die Frage nach dem Sinn der Mediennutzung aus der RezipientInnenperspektive bezogen auf deren Alltag. Differenzierter soll geklärt werden, welche Medieninhalte für die RezipientInnen emotional relevant sind, also welche Inhalte aktiv genutzt werden und für die SeherInnen besondere (also auch emotionsauslösende) Bedeutungen haben. Demzufolge sind die wesentlichen forschungsleitenden Fragen:

- Welche Medieninhalte sind für RezipientInnen emotional relevant?
- Welche potenziell emotionsevozierenden Situationen werden von RezipientInnen im Fernsehangebot selektiert?
- Welcher Zusammenhang besteht zwischen im Alltag relevanten Themen und den gewählten emotionsauslösenden Mediensituationen?
- Welche Bedeutung haben die selektierten potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen im Kontext der Lebensbewältigung der RezipientInnen?

Exemplarisch und im Besonderen soll eine junge Zielgruppe untersucht werden, die für FernsehproduzentInnen, Sendeanstalten und ProgrammplanerInnen eine ganz besondere Herausforderung darstellt. Die TV-Industrie ist, ebenso wie die Printmedien, nicht nur medieninterner Konkurrenz ausgesetzt, sondern muss auf den Druck durch

Internet-Angebote reagieren. Die rasant steigenden Zugriffsdaten von Facebook oder YouTube führen zu regelmäßigen Studien mit genauer Beobachtung der Verschiebungen der Online-Nutzungszeiten im Vergleich zum „alten“ Medium Fernsehen (u.a. Atkinson, 2009). Konkurrenz kommt beim jungen Publikum also nicht nur durch die jung ausgerichteten Privat-TV-Sender wie Pro7, RTL, Vox, RTL2 oder ATV, sondern auch durch die massiv gestiegene Internet-Nutzung. Die 14- bis 29-Jährigen nutzen das Internet intensiv und die klassischen Medien TV, Radio und Print unterdurchschnittlich (Best & Breunig, 2011). Durch den massiven Zuwachs bei der Internet-Nutzung liegen TV und Internet bei den Jungen mehr oder weniger gleich auf (Feierabend & Rathgeb, 2011; Simon, Hummelsheim & Hartmann, 2011). Die einzige Altersgruppe, die nahezu 100 Prozent bei der gelegentlichen Internet-Nutzung erreicht hat sind die 14- bis 29-Jährigen (van Eimeren & Frees, 2011). Die durchschnittliche Online-Zeit liegt ebenfalls nur bei den 14- bis 29-Jährigen ca. gleich auf bzw. leicht über dem Fernsehen (147 Minuten vs. 146 Minuten beim TV). Beim Gesamtpublikum liegt die Internet-Nutzungszeit bei 80 Minuten im Vergleich zum TV-Konsum von 229 Minuten pro Tag. Die aktuelle durchschnittliche Internet-Verweildauer der jungen „User“ liegt sogar bei 168 Minuten. 90 Prozent der Jugendlichen sind täglich oder mehrmals wöchentlich online. Das Internet ist ein alltägliches Medium geworden. Vier Fünftel der Jugendlichen haben einen eigenen Computer, einen eigenen Fernseher hat hingegen nur jeder zweite Jugendliche (Feierabend et al., 2011). Ab einem Alter von 12 Jahren wird das Internet neben dem TV zum wichtigsten Medium (van Eimeren et al., 2011).

Trotzdem hat das Medium Fernsehen weiterhin einen hohen Stellenwert bei den jungen Zielgruppen (in Deutschland vor allem das Privat-TV), was u.a. die stabile TV-Nutzungszeit über die letzten Jahre verdeutlicht (Feierabend et al., 2011). Zum Fernsehen gibt es aber für die Jugendlichen offensichtlich mehr Alternativen als für ältere Menschen. Fernsehen ist nur eine von vielen Freizeitaktivitäten, was zu den relativ geringsten Nutzungszeiten der jungen RezipientInnen führt. In Österreich liegt die TV-Nutzung der 12- bis 29-Jährige bei 94 Minuten pro Tag im Vergleich zu durchschnittlichen 162 Minuten bei der Gesamtbevölkerung (Fernsehnutzung in Österreich, 2011). Interessant ist auch der Anstieg der parallelen Mediennutzung, die 2010 bei den 14- bis 29-Jährigen bei 63 Minuten täglich liegt und sich damit seit dem Jahr 2000 absolut (von 30 auf 63 Minuten) und relativ (von 6 auf 11 Prozent der täglichen Mediennutzungszeit) gesteigert hat. Auch hierbei zeigt sich der Einfluss jugendattraktiver Online-Anwendungen: Die Exklusivnutzung des Mediums Fernsehen ist rückläufig (Minus 6 Prozentpunkte bei den 14- bis 29-Jährigen von 2005 auf 2010) währenddessen die exklusive Internetnutzung im Vormarsch ist (Plus von 4 Prozentpunkten für den gleichen Zeitraum) (Best & Breunig, 2011).

In Summe ist das junge Publikum neuen Medien gegenüber besonders aufgeschlossen und sieht Fernsehen nur als eine von vielen Alternativen der Freizeitgestaltung. Das Internet erfüllt offensichtliche bestimmte relevante Funktionen für junge Menschen, die u.a. mit emotionalen Aspekten in Zusammenhang stehen. „Spaß“ wird sowohl beim TV als auch beim Internet als eines der Hauptnutzungsmotive angegeben. Eine Entspannungsfunktion wird vor allem den kommerziellen Rundfunkanbietern attestiert. Das Medium TV befriedigt in erster Linie das Bedürfnis in „der klassischen Lean-Back-Position bewegte Bilder zu genießen“ (Engel & Mai, 2010, S. 565). Das Internet hat für Jugendliche vor allem wegen der interpersonellen Kommunikation einen hohen Stellenwert. Jugendlichen wollen offensichtlich mit Anderen in Verbindung sein oder bleiben (Feierabend et al., 2011). In diesem Sinn ist zu überlegen, ob das Internet nicht Funktionen des Mediums Fernsehen übernimmt, die mit emotional relevanten Aspekten in Verbindung stehen (siehe Kapitel „Parasoziale Interaktion“). Beispielsweise können Social-Web-Angebote die Auseinandersetzung mit wesentlichen Entwicklungsaufgaben Jugendlicher vor allem in Pubertät und Adoleszenz unterstützen und damit im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung Funktionen des Mediums Fernsehens teilweise übernehmen oder erweitern (Paus-Hasebrink, 2010a; Neumann-Braun & Autenrieth, 2011):

> Gerade den Social Network Sites kann in der Entwicklung junger Menschen eine besondere Bedeutung zukommen, halten sie doch ein Forum bereit, das Aktivitäten im Rahmen des Identitäts- und Beziehungsmanagements so miteinander verbindet, wie es Jugendliche in dieser Entwicklungsphase in ihrem Alltag entgegen kommt. (Paus-Hasebrink, 2010a, S. 29)

Wahrscheinlich kann die analytische „Verbindung von Online- und Offline-Welt“ (ebenda, S. 30) der Internet-Nutzer auch zu einem besseren Verständnis der individuellen Bedürfnisse und allgemeinen Medien-Nutzungsmuster beitragen. Diesbezüglich ist die geschlechtsspezifische Nutzung der Web-Inhalte interessant: Ähnlich wie die Genreaffinitäten in Film und Fernsehen nutzen Mädchen das Internet mehr zur Beziehungspflege (Communities, Chat, E-Mails) und Burschen mehr für Spiele (Action und Wettbewerb) (Feierabend & Rathgeb, 2011).

Als Teil der allgemein „werberelevanten“ Zielgruppe der 12- bis 49-Jährigen (Wrabetz, 2011b, S. 30) werden die 12- bis 29-Jährigen von Massenmedien und Werbeagenturen besonders umworben. Sie repräsentieren das Zukunftspotenzial im Sinne einer progressiven Produktvermarktung. Häufig wird argumentiert, dass das junge Publikum wichtig für eine frühe und lang anhaltende Markenbindung ist (Simon, Hummelsheim & Hartmann, 2011), da junge Menschen noch häufig die Marken wechseln und

erst ab rund dem 30. Lebensjahr eine höhere Markentreue ausgebildet wird. Früh entwickelte Markenpräferenzen haben demnach einen prägenden Einfluss für spätere Kaufentscheidungen. Die Bedeutung der jungen Publikumssegmente verdeutlichen auch die regelmäßig publizierten Monatsquoten, die ihrerseits den öffentlichen Druck auf öffentlich-rechtliche Sender erhöhen. Längst werden in den Programmzeitschriften nicht nur allgemeine Reichweiten (12+) abgedruckt, sondern auch differenzierte Analysen für verschiedene Alterssegmente, also auch für die 12- bis 29-Jährigen, ausgewiesen (z.B. Wurnitsch, 2011).

Auch der ORF thematisiert regelmäßig die Funktion und den Nutzen des Fernsehens für ein junges Publikum mit dem Ziel, die Marktführerschaft beim jungen Publikum aufrechtzuerhalten und nicht wie ARD oder ZDF den Anspruch auf Relevanz beim jungen Publikum zu verlieren. Das jung positionierte „ORF eins“ steht dabei im Fokus und soll „mit einem höheren Eigenproduktionsanteil ‚relevanter‘“ (Lorenz et al., 2009, S. 30) werden. Es werden Veranstaltungen abgehalten (Studientag des Publikumsrats zum Thema „Jugend und ORF“; Podiumsdiskussionen zur Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für Jugendliche zu den Themen „Welche Medien brauchen Junge?“ oder „Verliert das Fernsehen die Jugend?“) und Studien vorgestellt und diskutiert („Jugend und Gesellschaftspolitik“, Großegger, 2010), die für Programmoptimierungen beim jungen Publikum genützt werden können. Auch prominente ORF-Journalisten wie Armin Wolf beschäftigen sich mit den jungen RezipientInnen (Wolf, 2010). Die Ansprache eines jungen Publikums ist auch explizites Unternehmensziel:

> Der fortgesetzte „Kampf“ um die Jungen, den wir als einer von wenigen öffentlich-rechtlichen Anbietern mit bemerkenswerten Erfolgen führen und die Möglichkeit, entsprechende Medienangebote bereitzustellen, sind dabei eine Schlüsselfrage für eine diesbezüglich erfolgreiche Positionierung und Legitimation als Medien-Anbieter für alle Bevölkerungsgruppen, für Mehrheiten und Minderheiten (Wrabetz, 2011b, S. 7).

Um das Fernsehprogramm attraktiv zu halten, stellt sich die Frage nach jenen Themen, die für die RezipientInnen wichtig sind, die in ihrem Relevanzsystem ganz oben stehen. Effektive Gegenstrategien der TV-Sender müssen sich auf die wesentlichen Themen der jungen Menschen beziehen. Die oben angeführten Forschungsfragen werden daher auf die Zielgruppe der 12- bis 29-Jährige fokussiert. Die vorliegende Arbeit soll dazu beitragen, junge Menschen und deren (emotional relevanten) Themen, Probleme, Hoffnungen und Ängste zu verstehen, um diese besser ins Programm zu integrieren. Die Selektion von Medienangeboten „im Kontext der täglichen Lebensbewältigung mit Blick auf ihre Funktionalität“ (Paus-Hasebrink, 2010b) und Bedeutungs-

zuschreibungen steht damit im Mittelpunkt. In Summe könnte damit jungen Menschen bei der Auseinandersetzung und Bewältigung ihrer Lebensthemen (siehe Kapitel „strukturanalytische Rezeptionsforschung“) verstärkt gedient werden. Ziel ist es, wissenschaftliche Antworten auf die Frage nach den emotional relevanten Inhalten zu finden. Auf Basis dieser Erkenntnisse könnten sich die Sender inhaltlich besser auf die Bedürfnisse ihrer SeherInnen hin ausrichten.

Zu Beginn der vorliegenden Arbeit wird eine allgemeingültige Emotionsdefinition gesucht, die Emotionen nicht nur in Abhängigkeit von einer Forschungstradition erfasst. In weiterer Folge werden die miteinander in Beziehung stehenden Begriffe Emotion und Relevanz im Kontext der kognitiven Emotionstheorien dargestellt. Ein näherer Blick auf die einzelnen Bewertungstheorien zeigt, dass in den kognitiven Emotionstheorien der Begriff der Relevanz einen primären, weichenstellenden und damit wesentlichen Bewertungsschritt bei der Emotionsauslösung darstellt. In diesem Sinn sind alle Emotionen für das Individuum relevant bzw. impliziert der Emotionsbegriff den Relevanzbegriff. Nicht relevante oder signifikante Personen, Ereignisse oder Objekte können demnach auch keine Emotionen auslösen. Nach einer Darstellung der wichtigsten Bewertungstheorien wird für deren zweckdienliche Anwendung zur Medien- und Rezeptionsanalyse plädiert. Die Konzentration auf kognitionspsychologische Emotionstheorien wird damit begründet, dass sie durch die verschiedenen Bewertungsschritte und -ebenen besonders gut geeignet sind, medienvermittelte Emotionen zu analysieren. Die klar definierten Bewertungsdimensionen helfen die medieninduzierte Emotionsentstehung möglichst nachvollziehbar zu erklären. Die kognitiven Theorien werden nicht nur theoretisch in die vorliegende Arbeit integriert, sondern auch als Basis des Kategoriensystems der Inhaltsanalyse verwendet. Damit liegen empirisch gemessene, typischerweise emotionsauslösende Situationen als Interpretationsgrundlage der Mediensituationen vor. Ein weiteres Argument für die medienpsychologische Anwendung der Appraisal-Theorien ist, dass die Bewertungstheorien nicht von objektiven Tatsachen ausgehen, deren Wahrnehmung zu bestimmten Emotionen führt. Im Kontext der Einschätzungstheorien lösen grundsätzlich mental repräsentierte Situationen die Emotionen aus. Nachdem Medienreize an sich keine bedrohlichen, Freude oder Ärger auslösenden, oder an sich positive oder negative Situationen sind, sondern nur in der Vorstellung der RezipientInnen Emotionen auslösen, kann als weiteres Argument für die Nutzung der kognitiven Emotionstheorien zur Analyse von Rezeptionsprozessen angeführt werden. In diesem Sinne soll auch auf mehrfache Einschätzungsebenen (vorab und während der Rezeption, aber auch Meta- und Mikroemotionen) hingewiesen werden, die natürlich die wissenschaftliche Erfassung der Medienemotionen verkompliziert. Während der Rezeption können filmisch-dramaturgische Elemente (inhaltlich wie

formal) als intendierte Hinweisreize zur Beeinflussung der Bewertungsschritte der RezipientInnen interpretiert werden. Metaemotionen wie „Unterhaltung“ oder „Interesse“ werden den szenisch-situationalen Emotionen übergeordnet. Abschließend wird auf die wesentlichen Kritikpunkte an den kognitiven Emotionstheorien hingewiesen.

In einem nächsten Schritt wird die psychologische Perspektive der Emotionstheorien mit jener der medienpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Theorien in Verbindung gebracht. Im Zentrum stehen dabei der Nutzenansatz und die strukturanalytische Rezeptionsforschung. Dabei steht die Medienzuwendung als intendierte Handlung im Dienst der Lebensbewältigung im Zentrum der Betrachtungen. In diese Argumentationslinie werden Ergebnisse der Cultural Studies integriert, da auch sie auf den Zusammenhang zwischen Alltag und Medienhandeln verweisen. Das handelnde Individuum steht im Mittelpunkt der Theorien, mit Betonung der Bedürfnislage als Ausgang des Medienhandelns. Bezugnehmend auf den Symbolischen Interaktionismus wird der subjektive Sinn der Medienhandlung betont. Medienhandeln ist demnach nicht nur aktives und zielgerichtetes Handeln, sondern hat grundsätzlich interpretative Qualität, ganz ähnlich wie die Situations-, Personen-, Ereignis- und Objektbewertungen im Rahmen der kognitiven Emotionstheorien. Medienkonsum wird als prozesshafte und konstruktivistische Kommunikationsform verstanden. Medieninhalte werden demnach über „handlungsleitende Themen“ (Neumann et al., 1990) angeeignet. Die Argumentationskette läuft über alltagsrelevante Themen, die zu wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen werden, die sich auf die Bewertungen und Interpretationen der Medienprodukte und damit nicht nur auf Zu- oder Abwendung zu den Medieninhalten auswirken, sondern im Endeffekt auch auf die emotionalen Reaktionen während der Rezeptionssituation. Lebensweltliche Themen werden so zu (emotionalen) Nutzungsmotiven. Die medienweltliche Emotionalisierung ist in der Lebenswelt der RezipientInnen fundiert. In diesem Sinne lassen sich die kognitiven Emotionstheorien sinnvoll mit dem Nutzenansatz und der strukturanalytischen Rezeptionsforschung in Einklang bringen und zur differenzierten Analyse der Medienhandlungen nützen.

Anschließend werden die wesentlichen medienpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Ansätze dargestellt, die sich mit emotionalen Aspekten im Rezeptionsprozess beschäftigen. Besonders hervorgehoben werden jene Arbeiten, die Indizien für eine Verbindung zwischen alltagsrelevanten Themen, davon abhängigen Bewertungen der Medieninhalte und der Medienzuwendung beinhalten. Um eine nachvollziehbare Ordnung in die relevanten Forschungsansätze zu ermöglichen, werden die Studien in drei Forschungsrichtungen unterteilt:

- Emotionalisierung als Merkmal von Medieninhalten
- Emotionalisierung der RezipientInnen durch Medieninhalte

- Emotionen der RezipientInnen als Mechanismus der Selektion von Medieninhalten

Bezüglich der Emotionalisierung als Merkmal der Medieninhalte werden Studien zum Affektfernsehen und zum Infotainment auf oben genannte Zusammenhänge untersucht. Ebenso werden Ansätze, die Emotionen als abhängige Variable im Kommunikationsprozess operationalisieren, auf unterstützende Argumente für die Integration der strukturanalytischen Rezeptionsforschung mit kognitiven Emotionstheorien durchforstet. Konkret sind das Arbeiten zur Gewaltwirkungs- und Kultivierungsforschung inklusive der Arbeiten zur „fehlenden Halbsekunde“, psychophysiologische Untersuchungen, die Konzepte der „emotionalen Ansteckung“ und „Ausdrucksforschung“ sowie die „Dispositionstheorie“ und die „Theorie des Erregungstransfers“. Auch jene Forschungsperspektive, bei der Emotionen der RezipientInnen als Mechanismus der Selektion von Medieninhalten interpretiert werden, sollen auf die Unterstützung für die Argumentation der vorliegenden Arbeit hin untersucht werden. Dabei werden die Konzepte der „Angstbewältigung“, des „Stimmungsmanagements“, der „Sensationslust“ und der „parasozialen Interaktion“ sowie die „triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie“ erfasst.

Weiters werden die Besonderheiten medieninduzierter Emotionen im Vergleich zu Emotionen, die in Realsituationen ausgelöst werden, erörtert. An mehreren Stellen der vorliegenden Arbeit werden Begriffe wie „Involvement“, „Empathie“, „Interesse“ und „Identifikation“ aufgegriffen und auf Integrationsmöglichkeit in die gewählte Forschungsperspektive überprüft. Als letzter Abschnitt des theoretischen Teils wird der aktuelle Forschungsstand hinsichtlich der Verwendung kognitiver Emotionstheorie für die Erklärung von RezipientInnenhandeln mit einigen Forschungsergebnissen dargestellt.

Bei der empirischen Untersuchung werden quantitative mit qualitativen Methoden kombiniert. Dabei werden grundsätzlich drei Analyseebenen untersucht:

- Ebene des RezipientInnenhandelns (das sich über Selektionsprozesse, also über die eigentliche Programmauswahl, manifestiert)
- Inhaltliche Ebene der Medienprodukte (die potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen)
- Ebene der relevanten bzw. handlungsleitenden Themen bzw. Lebensthemen (welche die RezipientInnen in ihrem realen Leben beschäftigen, die für sie subjektiv wichtig sind, und daher emotional besetzt sind)

Das RezipientInnenhandeln wird über telemetrische Daten (AGTT / GfK TELE-TEST) erfasst, womit repräsentative Daten für die Mediennutzung der 12- bis 29-Jährigen in Österreich als Basis der weiteren Analyseschritte vorliegen. Der Untersuchungszeitraum ist auf drei Jahre (2007 bis 2009) festgelegt und erfasst damit 138 Sendeplätze bzw. 115 Spielfilme auf einem definierten Sendeplatz, der einen möglichst breiten Genre- und Themenbereich abdeckt (Sonntag, 20.15 Uhr, ORF eins). Die Filme werden anhand der Quoten bei den 12- bis 29-Jährigen in zwei geschlechtsspezifische Extremgruppen zu je 10 Filmen geteilt, die in weiterer Folge inhaltsanalytisch untersucht werden. Das Kategoriensystem wird aus den Ergebnissen empirischer Studien zu typischen Antezedenzbedingungen der fünf Grundemotionen Angst, Ärger, Traurigkeit, Freude und Liebe abgeleitet.

Als nächster Schritt werden acht homogen zusammengesetzte Gruppendiskussionen (gruppiert nach Geschlecht, Alter und Ausbildung) zur Erfassung der wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen der jeweiligen Subpopulationen gebildet. Unter Zuhilfenahme der rekonstruktiven Sozialforschung bzw. der dokumentarischen Methode (Bohnsack, 2008) sollen die Relevanzstrukturen der RezipientInnen rekonstruiert werden. Die Zusammenfassungen der wesentlichen Rahmenkomponenten der Gruppen werden in einem abschließenden Interpretationsschritt auf die Ergebnisse der Inhaltsanalyse bezogen. Mit den Gruppendiskussionen sollen so die Bedeutungen der Medieninhalte von Subpopulationen der Gesamtzielgruppe der 12- bis 29-Jährigen im Kontext der Lebensbewältigung analysiert werden. Repräsentative, horizontale Daten der Mediennutzung werden durch qualitative, vertikale Daten besser verständlich. Die Erfassung der Bedeutung der Medieninhalte für die jeweiligen Zielgruppen und die damit verbundene emotionale Relevanz ist das Ziel der vorliegenden Arbeit.

THEORETISCHER TEIL

1 EMOTIONEN

Die im Alltag leicht und häufig verwendeten Begriffe wie „Gefühle“ und „Emotionen“ finden in der wissenschaftlichen Literatur einen vielfältigen Niederschlag. Der Umfang der Literatur ist groß und die theoretischen Konzepte divergieren enorm. Schon bei einem allgemeinen Definitionsversuch des Begriffs der „Emotionen“ zeigt sich, dass jede Begriffsdefinition direkt mit den dahinterliegenden theoretischen Konzepten zusammenhängt. Trotzdem wird, ausgehend von unterschiedlichen Definitionen unterschiedlicher Denkrichtungen (von evolutionstheoretischen Ansätzen, der Ausdrucksforschung bis hin zu den kognitiven Theorien), eine Arbeitsdefinition von Emotionen vorgeschlagen, die möglichst „verträglich“ mit den wichtigsten Emotionstheorien ist und präzise genug, um eine Abgrenzung zu Affekten, Gefühlen und Stimmungen zu erlauben.

Die vorliegende Arbeit fokussiert auf die kognitiven Emotionstheorien (auch Bewertungs-, Einschätzungs- oder Appraisal-Theorien genannt; Reisenzein, 2009; Hess & Kappas, 2009) und stellt damit nicht den Anspruch auf eine vollständige Abbildung aller Emotionstheorien. Die Darstellung der wichtigsten Bewertungstheorien bildet damit sowohl den theoretischen Kontext als auch die konkrete Operationalisierungsbasis für den empirischen Teil. So wird das Kategorienschema der Film-Inhaltsanalyse aus empirischen Arbeiten im Rahmen der Einschätzungstheorien abgeleitet und auch als Interpretationskontext der Gruppendiskussionen herangezogen.

Die Darstellung der Appraisal-Theorien beginnt mit einer Übersicht der historisch relevanten Ansätze und folgt mit den wichtigsten aktuellen Theorien. Wie noch darzustellen sein wird, eignen sich die kognitiven Emotionstheorien bzw. die Appraisal-Theorien besonders gut für die Medienrezeptionsforschung.

1.1 Definition von Emotionen

Ein Grundproblem der Emotionsforschung ist die Schwierigkeit von einheitlichen Definitionen des Emotionsbegriffs (Otto, Euler & Mandl, 2000b). Die Definitionen der verschiedenen EmotionsforscherInnen bringen die unterschiedlichen Forschungsschwerpunkte zum Ausdruck und lassen sich daher nur schwer vereinheitlichen. Keil und Grau (2005, S. 11) verweisen darauf, „dass Definitionen gerade die Differenzen der Disziplinen schärfen und damit ihre Eigenständigkeit unterstreichen“. Zu allgemei-

ne Definitionen, die gleichermaßen für die unterschiedlichen Forschungstraditionen anwendbar wären, sind aber für die empirische Forschung wegen vager Operationalisierungsmöglichkeiten kaum brauchbar. „Definitions of emotion proposed so far face a dilemma: Either they fail to capture what the word emotion means, or they fail to be precise enough to serve as a scientific concept." (Russel & Fernández-Dols, 1997, S. 19) Ekman, einer der prominentesten Emotionsforscher, Ausdrucksforscher und Vertreter der neueren evolutionspsychologischen Emotionstheorien (Meyer, Schützwohl & Reisenzein, 2003) bringt in seiner Emotionsdefinition auch seine Forschungsperspektive klar zum Ausdruck: Ekman (1988d) nimmt zwar in seiner Definition eine allgemeine Abgrenzung zu anderen affektiven Phänomenen wie Reflexen, Stimmungen, emotionalen Persönlichkeitszügen und Emotionsstörungen vor, will aber in einem weiteren Schritt nur dann von Emotionen sprechen, wenn ein charakteristischer, weltweit gleicher Gesichtsausdruck für die jeweilige Emotion existiert, der als typisches Signal der Emotion fungiert. Die Unterscheidung von Emotionen bezieht sich bei Reflexen auf die Zeitspanne (Reflexe sind kürzer, unter einer halben Sekunde), bei Stimmungen, emotionalen Persönlichkeitszügen oder Emotionsstörungen auf die fehlenden typischen Gesichtsausdrücke (Stimmungen, emotionale Persönlichkeitszüge oder Emotionsstörungen wie Depression oder Manie haben keinen typischen universell gültigen Ausdruck und sind eher als andauernde Handlungstendenz anzusehen). Bei seinem Definitionsversuch von Emotion setzt Ekman den Ausdruck von Emotionen mit erlebten Emotionen mehr oder weniger gleich (obwohl er davon ausgeht, dass der Ausdruck von Emotionen unter bestimmten Bedingungen unterdrückt oder eine falsche Emotion vorgetäuscht werden kann) und kommt so zu einem Zeitintervall von einer halben Sekunde bis zu rund 4 Sekunden für Emotionen (aufgrund der Messung von mimischem Verhalten). Stimmungen beziehen sich demnach auf längere Zeitabschnitte als Emotionen, die wiederum länger sind als Reflexe. Emotionsbezogene Persönlichkeitszüge beziehen sich auf ganze Lebensabschnitte. Bei Emotionsstörungen wie Depression, Manie oder Angstzuständen „überfluten" laut Ekman (1988d, S. 168) bestimmte Gefühle in einem Lebensabschnitt immer wieder alles andere in dem Sinne, dass fast alles, was passiert diese Gefühle auslöst, also auch in für die jeweilige Emotion ganz untypischen Situationen. Diese Gefühle treten wiederholt auf und stören grundlegende Lebensfunktionen wie Essen, Schlafen und Arbeiten oder den normalen sozialen Umgang.

Als ein weiterer Vertreter der evolutionspsychologischen Denkrichtung (Meyer et al., 2003) kommt Plutchik (1984, S. 217) zu einer allgemeineren Definition, die zwar grundlegend evolutionär ausgerichtet ist, aber auch kognitive Bewertungen und weitere Elemente von kognitiven Emotionstheorien (wie z.B. Handlungstendenzen) miteinbezieht: „An emotion can be described in terms of multiple languages that include subjec-

tive feeling, cognitions, impulses to action, and behavior. …. An emotion is an inferred complex sequence of reactions to a stimulus, and includes cognitive evaluations, subjective changes, autonomic and neural arousal, impulses to action, and behavior designed to have an effect upon the stimulus that initiated the complex sequence. …. These complex reactions are adaptive in the struggle in which all organisms engage for survival." In seiner psychoevolutionären Theorie geht Plutchik (1984) davon aus, dass sich Kognitionen im Dienste der Emotionen entwickelten. Die Kognition hilft zukünftige Ereignisse vorherzusagen bzw. sich (adaptiv) auf mögliche Konsequenzen vorzubereiten oder diese abzuwenden. Die kognitive Bewertung ist dabei nicht die Emotion, sondern Teil der adaptiven Interaktion eines Individuums mit der Umwelt.

Basis der vorliegenden Arbeit – von der Kategorienbildung für die Inhaltsanalyse bis zur Gesamtinterpretation – sollen aber die kognitionspsychologischen Emotionstheorien sein. Daher stellt sich die Frage, wie diese „Schule" der Emotionstheorien die Definition von Emotionen „verengt" bzw. präzisiert. Dazu werden im Folgenden exemplarisch einige explizite Definitionen dieser Forschungsrichtung angeführt. Auch in diesen Definitionen spiegeln sich bereits zwangsläufig die Forschungsperspektiven wider:

Als Vorreiterin der neueren Einschätzungstheorien kommt Arnold (1960) zu einer relativ allgemeinen Definition von Emotionen, in der Anziehung und Abstoßung auf Basis von Einschätzungen als Verhaltenstendenzen verstanden werden:

> Summing up our discussion, we can now define emotion as the felt tendency toward anything intuitively appraised as good (beneficial), or away from anything intuitively appraised as bad (harmful). This attraction or aversion is accompanied by a pattern of physiological changes organized toward approach or withdrawal. The patterns differ for different emotions. (S. 182)

Die „intuitive Einschätzung" lässt dabei einen breiten Interpretationsspielraum zu. Theoretisch klärt diese Definition nicht, ob es sich um bewusste kognitive Bewertungen handelt oder ob phylogenetisch erfolgreiche Bewertungsmuster auf Reiz-Reaktions-Basis ablaufen. Damit ist schon in dieser Definition die grundsätzliche Streitfrage zwischen Kognitions- und EvolutionstheoretikerInnen implizit thematisiert (siehe Kapitel „Kritik an kognitiven Emotionstheorien").

Roseman (1984, S. 30) bringt im Kontext ihrer Bewertungstheorie die Beziehung der Emotionen zu den ihnen zugrundeliegenden Motiven in ihre Definition ein: „To comprehend more fully the significance of the relationships between discrete emotions and their cognitive determinantes, emotions may be understood as alternative general-purpose coping responses to perceptions of the fate of motives." Damit werden implizit auch Handlungsziele in die Definitionen von Emotionen eigebracht, und Emoti-

onen entstehen demnach auf Basis der Wahrnehmung der Erreichung oder der Gefährdung von Handlungszielen.

Im Rahmen der Entwicklung seiner kognitiven Attributionstheorie der Emotionen geht Weiner (1986, S. 119) von einer qualitativen und quantitativen Differenzierung der Emotionen auf Basis von vorhergehenden Einschätzungen aus. Weiters beinhaltet seine Definition den Bezug zu möglichen Handlungskonsequenzen: “I define emotion as a complex syndrome of composite of many interacting factors. Emotions are presumed to have 1) positive or negative qualities of 2) certain intensity that 3) frequently are preceded by an appraisal of a situation and 4) give rise to a variety of actions.” Damit basieren Emotionen auf Bewertungen von – allgemein gesprochen – Situationen, mit einer bestimmten Erlebensintensität und -qualität, die zu verschiedenen Handlungen führen können.

Ortony, Clore und Collins (1988), die eine besonders umfassende kognitive Emotionstheorie entwerfen, rücken die kognitiven Einschätzungen in den Mittelpunkt ihrer Überlegungen und damit auch in das Zentrum ihrer Emotionsdefinition:

> Our working characterization views emotions as valenced reactions to events, agents, or objects, with their particular nature being determined by the way in which the eliciting situation is construed. ... There are four kinds of evidence about the emotions: language, self reports, behavior, and physiology. The latter two kinds of evidence concern the consequences or concomitants of emotional states, but not their origins, which we think are based upon the cognitive construal of events. (S. 13f.)

Frijda (1986, S. 71) geht zwar auch von kognitiven Bewertungen aus, stellt aber die Beziehung und die Funktionen der Emotionen zur Umwelt des Individuums in den Vordergrund: „Emotions, then, can be defined as modes of relational action readiness, either in the form of tendencies to establish, maintain, or disrupt a relationship with the environment or in the form of mode of relational readiness as such.” Die Handlungstendenzen basieren auf Bewertungen von Ereignissen: “Emotions are states of action readiness. More precisely, emotions are best viewed as action dispositions ... or states of action readiness elicited by antecedent events as appraised and manifesting some degree of control precedence.“ (Frijda & Tcherkassof, 1997, S. 95) Bei der Herausarbeitung der funktionalen Aspekte der Emotionen verbindet Frijda seinen an sich kognitionspsychologischer Ansatz mit evolutionspsychologischen Emotionstheorien und evolutionärer Psychologie im Allgemeinen (Buss, 2004; Barkow, Cosmides & Tooby, 1992).

Lazarus, der gemeinsam mit Arnold als einer der Begründer der modernen kognitiven Emotionstheorien gilt (Reisenzein, Meyer & Schützwohl, 2003), integriert in eine späteren Definition (2001, S. 67) ebenfalls kognitive mit evolutionären Elementen: “Emotions are complex, organized subsystems consisting of thoughts, beliefs, motives, meanings, subjective bodily experiences, and physiological states. They depend on appraisals, which arise from and facilitate our struggles to survive and flourish in the world.”

Meyer, Reisenzein & Schützwohl (2001) gehen von einer umfassenden und allgemeinen Arbeitsdefinition von Emotionen aus, die auch für die vorliegende Arbeit als Grundlage dienen soll:

1. Emotionen sind zeitlich datierte, konkrete einzelne Vorkommnisse von zum Beispiel Freude, Traurigkeit, Ärger, Angst, Eifersucht, Stolz, Überraschung, Mitleid, Scham, Schuld, Neid, Enttäuschung. Erleichterung sowie weiterer Arten von psychischen Zuständen, die den genannten genügend ähnlich sind.
2. Diese Phänomene haben folgende Merkmale gemeinsam:
(a) Sie sind aktuelle psychische Zustände von Personen.
(b) Sie haben eine bestimmte Qualität, Intensität und Dauer.
(c) Sie sind in der Regel objektgerichtet.
(d) Personen, die sich in einem dieser Zustände befinden, haben normalerweise ein charakteristisches Erleben (Erlebensaspekt von Emotionen), und häufig treten auch bestimmte physiologische Veränderungen (physiologischer Aspekt von Emotionen) und Verhaltensweisen (Verhaltensaspekt von Emotionen) auf. (S. 24)

Hinsichtlich medienwissenschaftlicher Untersuchungen (siehe vor allem Zillmanns Arbeiten zum „Mood-Management“ bzw. Kapitel „Stimmungs- und Emotionsmanagement“) ist die Abgrenzung von Emotionen zu Stimmungen wichtig: Otto, Euler & Mandl (2000b, S. 13) fassen die Differenzierungsmerkmale von Emotionen und Stimmungen wie folgt zusammen: „Stimmungen werden hinsichtlich ihrer Intensität und Objektbezogenheit von geringerer und bezüglich ihrer Dauer von größerer Ausprägung als Emotionen angesehen“.

Umgangssprachlich werden Gefühle, aber auch Affekte synonym zu Emotionen verwendet. Für die wissenschaftliche Betrachtung soll auch hier eine explizite Abgrenzung erfolgen: Der Ausdruck „Gefühle“ wird im engeren Sinn als die subjektive Erlebensqualität, also nur als ein Teil der Emotion angesehen, der die körperlichen Aspekte und auch das Ausdrucksverhalten nicht erfasst. Der Ausdruck „Affekte“ kommt in der Emotionspsychologie kaum vor und bezieht sich im Kontext der Psychiatrie auf kurz-

fristige und besonders intensive Emotionen, die häufig mit dem Verlust der Handlungskontrolle einhergehen. Im Gegensatz dazu wird der englischsprachige Begriff „affect“ eher als Oberbegriff für Emotionen, Stimmungen oder anderen verwandten emotionalen Zuständen verwendet (ebenda).

1.2 Kognitive Emotionstheorien

Da die kognitiven Emotionstheorien für die vorliegende Arbeit als theoretischer Rahmen dienen, sollen an dieser Stelle die wichtigsten Appraisal-Theorien im Überblick dargestellt werden. Konkret geht es weniger um die detailgetreue Beschreibung der einzelnen Theorien, als vielmehr um die grundsätzliche Herausarbeitung des Forschungsansatzes und der Entwicklung der Theorien von den Anfängen der kognitiven Forschungsansätze (z.B. Meinong) bis zu den neueren komplexen, umfassenden Theorien (u.a. Frijda, Lazarus, Scherer oder Ortony, Clore & Collins). Die Auswahl der hervorgehobenen Emotionstheorien basiert auf Bewertungen der historischen Bedeutung der einzelnen Autoren in Überblicksarbeiten (Reisenzein, 2009; Reisenzein, Meyer & Schützwohl, 2003; Schorr, 2001; Schmidt-Atzert, 1996; Brandstätter & Otto, 2009). Im Weiteren scheinen die Einschätzungstheorien mit ihrem Fokus auf die Aktualgenese der Emotion besonders gut geeignet zu sein, die medienvermittelte Emotionsentstehung zu analysieren (siehe Kapitel „Kognitive Emotionstheorien als Basis der Interpretation von Medienhandlungen“). Deshalb werden die im Kontext der Bewertungstheorien empirisch gewonnenen, typischerweise emotionsauslösenden Situationen im empirischen Teil der vorliegenden Arbeit als Kategorien für die Film-Inhaltsanalyse verwendet.

Grundsätzlich wurden die kognitiven Emotionstheorien seit Ende der 1980er Jahre zu einem zentralen theoretischen Ansatz der Emotionspsychologie (Hediger, 2006). Die Einschätzungs-, Bewertungs- oder Appraisal-Theorien („appraisal theories“) gehen von der Annahme aus, dass Emotionen von den Kognitionen abhängen, die die jeweilige Person über eine Situation, ein Ereignis, ein Objekt oder über eine Person hat. Für die Analyse von Rezeptionserleben ist der Fokus der kognitiven Emotionstheorien auf die Aktualgenese von Emotionen von Vorteil und gleichzeitig Abgrenzung zur evolutionspsychologischen Perspektive mit dem Fokus auf der Phylogenese der Emotionen und von lerntheoretischen Emotionstheorien mit dem Fokus auf die Ontogenese der Emotionen) (Meyer, Reisenzein & Schützwohl, 2001). Auch andere Emotionstheorien, die nicht explizit zu den kognitiven Emotionstheorien gezählt werden, gehen von kognitiven Einschätzungen als eine mögliche Art der Emotionsentstehung aus. Zu diesen Theorien gehören beispielsweise die Emotionstheorien von Schachter (1964) bzw. von Schachter und Singer (1962) und die unter evolutionspsychologischen Emotions-

theorien subsummierten Theorien (vgl. Reisenzein et al., 2003) von Darwin (1872/1965), McDougal (1908/1960), Plutchik (1962, 1984, 1993) oder Ekman (1988a-e, 2004).

1.2.1 Alexius Meinong

Im Rahmen der „Bewusstseinspsychologie“, also schon vor dem Behaviorismus und der „Kognitiven Wende“ der 1960er Jahre, formulierte der österreichische Philosoph und Psychologe Alexius Meinong (1894/1968, 1923/1968) eine differenzierte kognitive Emotionstheorie, die einige der zentralen Annahmen der neueren kognitiven Einschätzungstheorien vorwegnahm (Reisenzein et al., 2003). Seine Theorie geht von Werturteilen als Grundlage der Emotionen bzw. der „Gefühle“ aus. Emotionen sind für Meinong objektgerichtet, also intentional auf Gegenstände bezogen, haben eine spezifische Erlebnisqualität und setzen Kognitionen voraus. Die unterschiedlichen kognitiven Repräsentationen der Objekte führen zu den unterschiedlichen Gefühlszuständen:

> In diesem Sinne ist, ohne sich noch auf eine Causal-Relation berufen zu müssen, die Vorstellung dem Gefühl gegenüber das Primäre, und ich will dies durch die Wendung ausdrücken: Die Vorstellung ist für das Gefühl psychologische Voraussetzung, weil es kein Gefühl gibt, noch geben kann, das in seinem Auftreten nicht an diese Voraussetzung gebunden wäre. (Meinong, 1894/1968, S. 34/46)

Meinong beschäftigte sich im Rahmen seiner „Werttheorie“ mit den Fragen nach der Natur, der Aktualgenese und den Funktionen von Gefühlen und geht von einer Informations-Funktion der Emotionen aus, die eben auf Kognitionen basieren. In Summe geht es um den Wert der Objekte für die bewertende Person. Lust- oder Unlust-Gefühle beziehen sich demnach auf Objekte oder Sachverhalte bzw. auf diese Objekte bezogene Kognitionen bzw. Glaubensannahmen und Motive bzw. Wünsche der jeweiligen Person. Obwohl Meinongs Methode vor allem die Introspektion war, verwendete er auch hypothetische Emotions-Auslösesituationen, ähnlich zu jenen empirisch generierten, typischen, emotionsauslösenden Situationen, die in der vorliegenden Arbeit für den empirischen Teil verwendet werden. Die Kategorien der Film-Inhaltsanalyse basieren auf den empirischen Studien von Scherer, Summerfield und Wallbott (1983), Wallbott und Scherer (1986) und Shaver, Schwartz, Kirson und O’Connor (1987). Meinong unterschied zwischen „Ernstwertgefühlen“ und „Phantasiegefühlen“. Erstere beziehen sich auf real erlebte Situationen und zweitere auf vorgestellte Ereignisse. Diese frühe Differenzierung ist methodisch für die Generierung von typischen, emotionsauslösenden Situationen durch Befragung, aber auch allgemein für

die Medienforschung interessant. Einschätzungsprozesse, und damit Emotionen, können sich demnach also auch auf nur vorgestellte Objekte beziehen. In diesem Punkt nimmt Meinong die in späteren empirischen Arbeiten häufig benutzte Methode der „self-reports“ zur Identifikation von emotionsauslösenden Situationen ansatzweise vorweg:

> Aber da ist das Werterlebnis, auch sofern es kein Begehren, sondern gefühlsartig ist, doch kein eigentliches, wenigstens kein Ernstwertgefühl, sondern ein Phantasiegefühl. Das Mittel, durch das dieses sich gleichsam seines Gegenstandes bemächtigt, ist kein Urteil, sondern eine Annahme, die hier wie sonst so oft Urteilsstelle vertritt. Man wird kaum irregehen, wenn man hier auch das Phantasiewertgefühl als eine Art Surrogat für ein Ernstwertgefühl betrachtet, daraufhin diesem die Stellung der Hauptsache einräumt und dieser Hauptsache auch die Hauptuntersuchung zuwendet. Wollen wir inzwischen sowohl Ernst- als Phantasiegefühle in Rücksicht ziehen, dann bietet uns die Möglichkeit, Urteilen und Annehmen in dem Ausdrucke „Denken“ zusammenzufassen, ein Mittel, die Wertgefühle als Denkgefühle zu charakterisieren. (Meinong, 1923/1968, S. 61f./541f.)

1.2.2 Magda B. Arnold

Die Emotionstheorien von Arnold (1960) und Lazarus (1966) kann man als den historischen Ausgangspunkt der neueren kognitiven Einschätzungstheorien innerhalb der Psychologie ansehen (Reisenzein, 2009, Hess & Kappas, 2009). Arnold und Lazarus trugen damit entscheidend zur so genannten „kognitiven Wende“ in der Psychologie bei, die auf die Behaviorismus-Periode (1920-1960) folgte. Auch die Zwei-Komponenten-Theorie von Schachter und Singer (1962) gilt – obwohl sie nicht zu den explizit kognitionspsychologischen Emotionstheorien zugeordnet wird – auch als Wegbereiter des kognitiven Ansatzes der Emotionspsychologie und markiert ebenso den Übergang vom Behaviorismus zum aufkommenden kognitiven Paradigma (Reisenzein et al., 2003; Schorr, 2001).

Die Emotionstheorie von Arnold (1960) basiert weitgehend auf Introspektion und hebt sich durch die Betonung des subjektiven Erlebens von Emotionen vom damals dominierenden Behaviorisums ab. Nach Arnold muss sich die Definition von Emotionen in das Alltagswissen bzw. „common sense“ eingliedern lassen und aus dem individuellen, subjektiven Erleben heraus nachvollziehbar sein. „Throughout this discussion I am going to talk about emotion as a human experience, a human activity, and shall not apologize for taking as fact what you, the reader, and I, the writer, experience first hand and can identify without scientific terminology.” (Arnold, 1960, S. 12)

Emotionen sind objektbezogen, womit nicht nur Objekte an sich, sondern Sachverhalte, Situationen oder Personen gemeint sind. In diesem Sinne wird im weiteren Verlauf der Darstellung nur von Objekten gesprochen. Die emotionsauslösenden Objekte können real vorhanden sein, in der Vergangenheit oder Zukunft liegen oder einfach nur in der Vorstellung der Person repräsentiert sein. Das Objekt muss aber von der Person eingeschätzt werden, es müssen also bestimmte Glaubensfragen oder Überzeugungen gebildet werden. Diese Überzeugungen beziehen sich nicht nur auf das Objekt an sich, sondern auch auf die Beziehung der einschätzenden Person zu dem Objekt. „To arouse an emotion, the object must be appraised as affecting me in some way, affecting me personally as an individual with my particular experience and my particular aims." (Arnold, 1960, S. 171) Die Qualität und die Intensität der Emotionen hängen von diesen Einschätzungen bzw. Kognitionen ab. Die Qualität der Emotion hängt von der Einschätzung des Objekts ab und die Intensität der Emotion hängt davon ab, wie sehr das Objekt die einschätzende Person betrifft. Zur faktischen Meinung über die Existenz und Beschaffenheit eines Objekts bzw. Sachverhalts kommt die evaluative Meinung über den Wert des Objekts. Neben der Einschätzung der tatsächlichen Beschaffenheit, der Tatsachenüberzeugung, muss die Bewertung des Sachverhalts, die Wertüberzeugung, dazukommen, um eine Emotion auszulösen. Rasche, unbewusste Einschätzungen sind möglich und oft bewussten Bewertungsprozessen vorgelagert. Arnold beschreibt diese spontanen emotionalen Reaktionen als „direct, immediate, nonreflective, nonintellectueal, automatic, instinctive, intuitive" (1960, S. 175). Auf eine spontane intuitive Bewertung kann eine reflektierte folgen, die sich wiederum auf die ursprüngliche intuitive Bewertung und damit auf die Emotion auswirkt. Arnold veränderte den Fokus von „emotion-expression-action" zu „perception-appraisal-emotion" (1960, S. 178). Damit steht der Einschätzungsprozess zwischen Wahrnehmung und Emotion im Mittelpunkt ihres Zugangs.

Für Arnold bedeuten Emotionen auch eine Verhaltenstendenz zu oder weg von den eingeschätzten Objekten. Dabei geht sie von folgenden Bewertungsdimensionen als Grundlagen spezifischer Emotionen aus: Die Emotionen basieren auf den Dimensionen „good or bad for us" (Bewertung), „present or absent" (Anwesenheit/Abwesenheit) und „easy or difficult to attain or avoid" (Bewältigbarkeit). Arnold kombiniert diese drei Einschätzungsdimensionen und kommt dadurch zu unterschiedlichen Einschätzungsmustern für Emotionen wie „love/liking", „hate/dislike, „wanting/desire", „aversion/recoil", „delight/joy", „sorrow/sadness", „hope", „hopelessness/despair", „daring/courage", „fear", „anger" und „dejection" (1960, S. 196). Beispielsweise wird Freude durch die positive Bewertung eines vorhandenen Ereignisses ausgelöst, das leicht aufrechtzuerhalten ist. Ärger wird durch die negative Bewertung

eines vorhandene Ereignisses ausgelöst, das als nur schwer bewältigbar eingeschätzt wird. Depression wird von der negativen Bewertung eines Ereignisses ausgelöst, das als nicht bewältigbar eingestuft wird oder Angst wird von negativen Bewertungen von zukünftigen Ereignissen ausgelöst, die als höchstwahrscheinlich nicht verhinderbar bewertet werden.

1.2.3 Richard S. Lazarus

Die Emotionstheorie von Lazarus entwickelte sich aus seinen Arbeiten zur Stressforschung bei der es um die Reaktionen bzw. Bewältigungsmöglichkeiten der Individuen auf psychische Belastungen geht. Die physiologische Erregung und andere Effekte von Stress werden von den Faktoren individueller Bewertung und Coping-Möglichkeiten beeinflusst, was Lazarus mit dem Begriff „relational meaning“ beschreibt. Damit ist die von der Person konstruierte persönliche Signifikanz von Ereignissen gemeint (Lazarus, 2001, S. 58). Lazarus untersuchte Emotionen vorerst als einen Teil der Reaktionsmöglichkeiten auf Stresssituationen. Dabei richtete er sein Augenmerk ursprünglich auf die durch Stress ausgelösten negativen Emotionen Angst und Ärger (Lazarus, 1966). Verschiedene externe und interne Bedingungen führten zu unterschiedlichen Reaktionen. Zu den internen Variablen gehören vor allem die Bewertungen von z.B. gefährlichen Situationen, die sich auf die Emotionen auswirken:

> For threat to occur, an evaluation must be made of the situation, to the effect that a harm is signified. The individual’s knowledge and beliefs contribute to this. The appraisal of threat is not a simple perception of the elements of the situation, but a judgement, an inference in which the data are assimilated to a constellation of ideas and expectations. (Lazarus, 1966, S. 44)

Damit sind die ausgelösten Emotionen abhängig von den (kognitiven) Bewertungen der Situationen bzw. Lazarus folgert, dass Kognitionen hinreichende Bedingungen für Emotionen sind (Lazarus, 1984; siehe auch die „Lazarus-Zajonc-Debatte“ im Kapitel „Kritik an kognitiven Emotionstheorien“).

Auch in Reaktion auf die vorherrschende Forschungstradition des Behaviorismus verschob Lazarus damit den Fokus von beobachtbaren Stressreizen und den dadurch ausgelösten beobachtbaren Reaktionen auf unterschiedliche Coping-Strategien der unter Stress stehenden Versuchspersonen. Die gleichen Stresssituationen können je nach Bewältigungsstrategie zu unterschiedlichen Reaktionen führen. Interindividuelle Unterschiede basieren auf unterschiedlicher kognitiver Verarbeitung der gleichen Reize. Die individuelle Reizverarbeitung beeinflusst die Reaktion auf den Reiz. Die Theorie der Stressemotionen ging in eine allgemeine kognitive Emotionsthe-

orie über (Lazarus, 1991). Um auf Basis der Stressforschung eine eigene Emotionstheorie zu entwickeln, mussten aber neben negativen Emotionen wie Ärger oder Angst auch positive Emotionen wie Freude, Stolz oder Liebe in das Appraisal-Modell übernommen werden. Lazarus bezeichnet seine Emotionstheorie als „cognitive-motivational-relational“ (2001, S. 55), da die Elemente Kognition und Motiv essentiell für die Umweltbeziehung des Individuums sind.

Lazarus unterscheidet in primäre und sekundäre Einschätzungen: Primäre Einschätzungen basieren auf Informationen hinsichtlich der Überzeugung auf aktuelle oder zukünftige Ereignisse und die Bedeutung für die eigenen Wünsche (Bedeutung der Situation für das Individuum): „This process has to do with whether or not what is happening is relevant to one’s values, goal commitments, beliefs about self and world, and situational intentions, and if so, in what way“ (ebenda, S. 42). Die drei primären Einschätzungskomponenten sind Ziel-Relevanz („goal relevance“), Ziel-Kongruenz („goal congruence“) und Ego-Involvement („ego-involvement“). Mit Ziel-Relevanz ist gemeint, ob die Ereignisse relevant für das eigene Wohlergehen sind, mit Ziel-Kongruenz, ob Motive der Person unterstützt oder behindert werden und mit Ego-Involvement sind Variablen gemeint wie Selbstwertgefühl, soziales Ansehen, moralische Werte, Ideale oder Lebensziele. Wenn in der primären Einschätzung ein relevantes Ereignis erkannt wurde, dann kommt es zur sekundären Einschätzung. Dabei geht es um die Möglichkeiten zur Bewältigung eines aktuellen oder zukünftigen Ereignisses, also um die individuellen Coping-Möglichkeiten: „The process focuses on what can be done about a troubled person-environment relationship – that is, the coping options, the social and intrapsychic constraints against acting them out, and expectations about the outcomes of that relationship“ (ebenda, 2001, S. 43). Lazarus unterscheidet weiters auch in drei sekundäre Einschätzungskomponenten: Verantwortung für ein Ereignis (Schuld oder Anerkennung), Coping-Potenzial (Überzeugung, ob man mit dem Ereignis positiv umgehen kann) und zukünftige Erwartungen (positive oder negative Person-Umwelt-Beziehung):

> My concept of appraisal is that a person negotiates between two complementary frames of reference: first, wanting to view what is happening as realistically as possible and second, wanting to put the best possible light on events so as not to lose hope or sanguinity. In effect, appraisal is a compromise between life as it is and what one wishes it to be, and efficacious coping depends on both. (ebenda, 2001, S. 41)

Auch bei anderen kognitiven Emotionstheorien führen unterschiedliche Einschätzungsmuster zu unterschiedlichen Emotionen. Lazarus unterscheidet wie Arnold in automatisch/unbewusste oder nicht-automatisch/bewusste Einschätzungen:

> Appraisal implies nothing about rationality, deliberateness, or consciousness. A contral postulate for dealing with this issue is to say that there is more than one way of knowing, and in the generation of an emotion these ways may be in conflict or may be contributed to simultaneously by two kind of appraisal processes – one that operates automatically without awareness or volitional control, and another that is conscious, deliberate, and volitional. (Lazarus, 1991, S. 169)

Kognitive Einschätzungsprozesse müssen also nicht unbedingt bewusst sein und sollten auch nicht mit rationalen Entscheidungen verwechselt werden. Schon in früheren Arbeiten weist Lazarus auf diesen Aspekt hin: „The cognitive activity in appraisal does not imply anything about deliberate reflection, rationality, or awareness.“ (Lazarus, 1984, S. 252) 2001 schreibt Lazarus (S. 52) dazu: „There is considerable agreement today that a large proportion of our appraisals is the result of unconscious processes“ (Lazarus, 2001, S. 52).

Für Lazarus sind Emotionen aber nicht nur Gefühlszustände, sondern Reaktionssyndrome mit einer kognitiven Komponente (Bewertung), einer Erlebenskomponente (Gefühl), einer konativen Komponente (Handlungstendenz) und eine physiologischen Komponente (körperliche Reaktion). Die kognitive Komponente ist also nicht nur Ursache einer Emotion, sondern Bestandteil eines Reaktionssyndroms. Ähnlich wie Arnold, geht Lazarus auch von einer evolutionären Basis der Emotionen, vor allem der konativen Komponente, aus.

Eine weitere Übereinstimmung zwischen Lazarus und Arnold ist, dass auch spätere Bewertungen vorhergehende beeinflussen können: „I refer to the process of further evaluation as reappraisal“ (Lazarus, 1991, S. 134). Lazarus betont die wiederholte Möglichkeit der Neueinschätzung: „The term reappraisal also implies the continuous nature of a person’s evaluations of transactions with the environment and emphasizes their responsiveness to feedback“ (ebenda, 1991, S. 134).

Weiters definiert Lazarus „core relational themes“, die das Kernthema der jeweiligen Emotion ausdrücken sollen. Er plädiert dafür, nicht nur die partiellen Einschätzungsdimensionen zu sehen, sondern die „Gestalt“ der Emotionen, die er für 15 Emotionen definiert (Lazarus, 2001, S. 64). Beispielsweise sollen hier die „Gestalt-Definitionen” der sonst häufig als Grundemotionen verwendeten Emotionen angeführt werden: Angst (“anxiety: facing uncertain, existential threat“), Ärger („anger: a demeaning offense against me and mine“), Traurigkeit („sadness: having experienced an irrev-

ocable loss“), Freude („happiness: making reasonable progress toward the realization of a goal“) und Liebe („love: desiring or participating in affection, usually but not necessarily reciprocated“).

1.2.4 Bernard Weiner

Im Kontext der Attributionsforschung beschäftigte sich Weiner (1986, 1995, 2006) damit, welche spezifischen Kognitionen welchen spezifischen Emotionen zugrunde liegen. Obwohl er sich nur auf einen Teil der Emotionen konzentrierte und damit auch explizit keine umfassende Emotionstheorie aufstellte, beeinflusste seine sozialpsychologische Sicht die kognitiven Emotionstheorien weitreichend (Schorr, 2001).

> The field of emotion is vast and complex; the formulation of a “compleat” theory of emotion is not my goal. Rather, the aims of this chapter are to document the relations between causal ascriptions and emotion, show the significance of these postulates in everyday life, and propose general laws linking thinking and feeling. (Weiner, 1986, S. 119)

Weiner unterscheidet in drei grundlegende Einschätzungsdimensionen bzw. Kausaldimensionen:

1. Personabhängigkeit oder Ursachenlokation (Unterscheidung in internale, innerhalb der Person liegende Ursachen wie Fähigkeiten oder Anstrengungen der Person und in externale, außerhalb der Person liegende Ursachen wie Glück oder Schicksal)
2. Stabilität über die Zeit (stabile, gleichbleibende, unveränderliche Ursachen oder variable, veränderliche Ursachen)
3. Kontrollierbarkeit (durch die Person kontrollierbare oder unkontrollierbare Ursachen).

Unterschiedliche Kombinationen dieser drei Kausaldimensionen führen zu den spezifischen Emotionen. Dabei geht es immer um die Einschätzung der Person eines Ereignisses und nicht um reale Tatsachen. Weiner weist weiters auf die therapeutischen Implikationen dieser Attributionen hin. Bei der Entwicklung seiner Theorie bezieht sich Weiner (1986) u. a. hinsichtlich internaler/externaler Attribution auf die Arbeiten von Heider (1958) und auf Rotter (1966), bezüglich der Kontrollierbarkeit der Ereignisse auf Rosenbaum (1972) und bezüglich der Stabilitäts-Dimension u.a. auf eigene Arbeiten (Weiner, Frieze, Kukla, Reed, Rest & Rosenbaum, 1971).

Weiner will nicht nur abstrakt emotionsauslösende Prozesse darstellen, sondern spezifische Emotionen durch spezifische Attributionsmuster erklären und damit

auch eine Verbindung zwischen wissenschaftlicher Forschung und Alltagspsychologie herstellen: „However, while many theorists have addressed the emotion process, few have been concerned with specific emotions“ (Weiner, 1986, S. 154).

Weiner stellt exemplarisch jene Emotionen in den Vordergrund, die mit persönlicher Verantwortung zusammenhängen. Dabei geht es vor allem um Belastungssituationen („achievement situations“) wie Prüfungen, die in Erfolg oder Niederlage münden können. Dabei sind die Ursachenzuschreibungen für das Resultat entscheidend. Allgemein hängen Glück („happiness“) und Frustration („frustration“) vom positiven oder negativen Ergebnis der Anstrengungen ab. Die spezifischen Emotionen wie Stolz („pride“), Ärger („anger“), Mitleid („pity“), Dankbarkeit („gratitude“), Scham („shame“), Hoffnung („hope“) und Angst („fear“) hängen von der Kombination der drei Attributionsdimensionen ab.

Wenn zum Beispiel eigene Ziele durch das (durch andere) kontrollierbare Verhalten anderer negativ beeinflusst werden, wird Ärger ausgelöst. Im Grunde ist Ärger eine Beschuldigung anderer Personen, die sich aus Sicht des Beurteilers anders verhalten hätten sollen. Die externen Ursachen bzw. die Verantwortung liegt bei einer anderen Person. Gleichzeitig kann Ärger Auslöser für zukünftiges Verhalten sein und stellt für Weiner (1995) damit eine Verbindung zwischen Denken und Handeln dar. Wenn negative Situationen ohne Kontrollmöglichkeiten (anderer) von anderen ausgelöst werden, dann kommt es eher zu Mitleid und nicht zu Ärger.

Weiner stellt mögliche kognitive Interventionsformen dar, die sich auf die drei Einschätzungsdimensionen Ursachenlokation („locus“), Stabilität („stability“) und Kontrollierbarkeit („controllability“) beziehen. Beispielsweise kann die Wahrnehmung eigener Verantwortung im Gegensatz zu externen Attributionen zu einer Leistungssteigerung in Prüfungssituationen führen, oder prosoziales Verhalten kann durch wahrheitsgemäße Attributionen bezüglich unverschuldeter negativer Lebenssituationen anderer gestärkt werden.

In Summe geht es um die Frage nach der Beeinflussbarkeit von Ereignissen und um die Einschätzung der Ursache-Wirkungs-Beziehung von persönlich relevanten Ereignissen. In seiner Theorie des sozialen Handelns („theory of social conduct“) arbeitet Weiner (1995) die Beziehung von kognitiven Bewertungen von Verantwortung und die damit verbundenen emotionalen Konsequenzen, die wiederum zu Verhaltenskonsequenzen führen, heraus. Nach einem positiv oder negativ bewerteten Ereignis wird vor allem im Sinne der Kausalattributionen Ursachenlokation und Kontrollierbarkeit interpretiert. Falls wahrgenommene persönliche Verantwortung und Kontrollierbarkeit vorliegt, dann kommt es zur Bewertung der Person und zu emotionalen Konsequenzen. Die kognitive Bewertung führt zu Ärger oder Sympathie/Mitgefühl der jeweiligen

Person gegenüber. Die unterschiedlichen Emotionen führen in weiterer Folge zu unterschiedlichem Verhalten wie Aggression (Person wird als verantwortlich für ein negatives Ereignis wahrgenommen) oder Hilfe (Person wird als nicht verantwortlich für negative Situation wahrgenommen) (Weiner, 1995, S. 252f.). Weiner (1995) integriert die Emotionstheorie in seine „theory of social conduct“ und hebt dabei exemplarisch Leistungs-Bewertungen bzw. Test-Situationen („achievement situations“) von Studenten hervor. Die Bewertung des Resultats und der Ursachen folgt den schon früher (Weiner, 1986) dargestellten Attributionsdimensionen (internal/external, stabil/variabel, kontrollierbar/unkontrollierbar) und führt zu bestimmten Emotionen, die ihrerseits wieder zu emotionsspezifischen Handlungstendenzen führen. Weiner unterscheidet dabei in „self-directed affects“ wie Stolz, Scham oder Schuld und in „other-directed affects“ wie Ärger oder Mitleid.

Weiner fokussiert seine Theorie zwar klar auf die kognitiven, sequenziellen Interpretationsprozesse hinsichtlich der für die Person bedeutenden Ereignisse und Emotionen, stellt aber auch eine Verbindung zur Evolutionstheorie her. Durch ihre Auswirkungen auf eigenes oder fremdes Verhalten haben Emotionen Funktionen für die eigene oder fremde „Fitness“. Bei geringer eigener Anstrengung kann die Emotion Schuld zum Motiv für mehr Leistung werden, bei geringem Talent kann Scham weitere, sinnlose Anstrengungen verhindern: „Both the affective reactions of shame and guilt, which have opposing motivational consequences, therefore enhance the survival of the persons experiencing these emotions“ (Weiner, 1995, S. 267). So zeigt zum Beispiel Ärger inakzeptables Verhalten anderer an und hat damit eine Schutzfunktion: „The evolution of this system of justice in service of the survival of the individual who has been the target of transgression“ (ebenda). Sympathie oder Mitgefühl kann zu unterstützendem Verhalten für andere und damit zu positiven Konsequenzen führen:

> This emotion promotes the giving of help, which increases the survival likelihood of the recipient of this aid. If, for example, the needy person is one’s helpless infant, then it is evident that prosocial behavior benefits the survival of the helper’s genetic pool (ebenda).

1.2.5 Andrew Ortony, Gerald L. Clore und Allan Collins

Ortony, Clore und Collins (1988) systematisieren mit ihrer „global structure of emotion types“ die kognitiven Grundlagen der Emotionen. Dabei werden Emotionen möglichst umfassend klassifiziert und in weiteren Schritten die genauen Bedingungen der einzelnen Emotionen beschrieben. Ortony et al. gehen von drei grundlegenden Gruppen von Emotionen aus: ereignisfundierte Emotionen („consequences of events“, z.B. Freude oder Leid), handlungsfundierte Emotionen („actions of agents“, z.B. Stolz

oder Schuld) und objektfundierte Emotionen („aspects of objects“, z.B. Zuneigung oder Ekel). Jede dieser Emotionsgruppen geht mit einer unterschiedlichen Art der Bewertung einher: Bewertung nach Erwünschtheit (erwünscht-unerwünscht) für Ereignisse, Lobwürdigkeit (lobenswert-tadelnswert) für Handlungen und Attraktivität (anziehend-abstoßend) für Personen oder Objekte. Die drei Basisgruppen der Emotionen können in weitere Untergruppen geteilt werden wie zum Beispiel die ereignisfundierten Emotionen in Konsequenzen für die einschätzende Person selbst (Wohlergehensemotionen wie Freude oder Leid) oder Konsequenzen für andere (Empathieemotionen wie Mitleid, Mitfreude, Schadenfreude oder Neid) oder in erwartungsfundierte Emotionen, die wiederum in Ungewissheitsemotionen (u.a. Hoffnung oder Furcht) und in Emotionen der Erwartungsbestätigung (u.a. Befriedigung, Enttäuschung, Erleichterung) unterteilt werden können. Handlungsfundierte Emotionen werden je nach Urherberschaft bzw. nach zugeschriebener Verantwortung (selbst oder andere) unterteilt: Emotionen des Selbstlobs (u.a. Stolz), oder des Selbstvorwurfs (u.a. Schuld oder Scham) stehen Emotionen des Lobs (u.a. Bewunderung) oder des Vorwurfs (u.a. Empörung) gegenüber. Objektfundierte Emotionen werden in anziehende (Liebe, Zuneigung, Verehrung) oder in abstoßende Emotionen (Ekel, Verachtung, Hass) unterteilt.

Zu den lokalen Variablen, die sich nur auf einzelne Emotionen beziehen, zählen Wahrscheinlichkeit (dass ein Ereignis eintritt), Anstrengung (für oder gegen ein Ereignis), Realisation (reales Eintreten des Ereignisses), Erwünschtheit für andere (Einschätzung bezüglich der Ziele anderer), Sympathie (Attraktivität der betroffenen Person), Fairness (Gerechtigkeit für eine andere Person), kognitive Einheit (Identifikation mit der Person oder Institution), Erwartungsabweichung (Abweichung von üblichen Normen) und Bekanntheit (mit der Person). Neben diesen lokalen Variablen („local variables“), die auf die einzelnen Emotionen bezogen sind, gibt es auch globale Variablen („global variables“), die sich auf die Intensität aller Emotionen auswirken. Zu den globalen Variablen zählen Realitätsbezug (Wahrnehmung als reale Situation), zeitliche Nähe (wahrgenommene, psychologische Nähe), Unerwartetheit (Überraschung) und allgemeine Erregung (Zustand vor der emotionsauslösenden Situation).

Hinsichtlich der globalen Variable „Realitätsbezug“ ergibt sich eine interessante Analogie zu Meinongs „Phantasieemotionen“, also zu jenen Emotionen, die nur in der Phantasie bzw. in der Vorstellung erlebt werden (auch durch Buch und Film). Ortony et al. gehen davon aus, dass sie grundsätzlich in der Qualität den realen Emotionen gleich sind und sich nur durch eine geringere Intensität auszeichnen:

> In much the same way as for dreams, it can be argued that the sense of reality variable plays a major role in vicarious emotions. When one reads a novel or watches a movie, one sometimes experiences emotions as an observer of the

> depicted situations. Our proposal is that such emotions are experienced to the degree that the simulating fantasy succeeds in inducing a sense of reality in the reader or viewer. A discussion of the mechanisms (e.g., identification) whereby this happens are beyond the scope of this book. For our purpose, it is sufficient to note that it is a factor that contributes to the intensification of emotions and that if the potential emotion does not reach threshold value, there will be no experience of an emotion corresponding to it. (Ortony et al., 1988, S. 61)

Ortony et al. (ebenda) definieren weiters Verbundemotionen („compound emotions“), die aus einer Kombination unterschiedlicher Grundklassen der Emotionen, zum Beispiel aus ereignisfundierten und handlungsfundierten Emotionen, resultieren, die subjektiv einzigartige Differenzierungen von Emotionen ergeben können. Beispielsweise ergibt sich Ärger aus einem Vorwurf (missbilligende Bewertung der negativen Handlungen einer anderen Person) und aus einem negativen Ereignis (negative Bewertung eines unerwünschten Ereignisses). Angst kann sich aus der Bestätigung von Befürchtungen eines negativen Ereignisses oder einfach aus der Aussicht auf ein unerwünschtes Ereignis ergeben, das wiederum mit negativ bewerteten Handlungen anderer einhergehen kann. Beispielsweise entsteht Selbstzufriedenheit durch Freude über ein Ereignis und durch Stolz über eigene Handlungen. Reue kann als „compound emotion“ von ereignisfundiertem Leid und handlungsfundierter Schuld aufgefasst werden.

In Summe führen die unterschiedlichen Bewertungsschritte bzw. Einschätzungsmuster zu den einzelnen Emotionen. In ihrem Versuch die kognitiven Strukturen in einem Emotionssystems zu erfassen, werden von Ortony et al. die Bedingungen von 22 einzelnen Emotionen dargestellt. Die unterschiedlichen Einschätzungsmuster in Abhängigkeit von den oben erwähnten lokalen und globalen Variablen ergeben eine umfassende und differenzierte kognitive Emotionstheorie.

1.2.6 Ira J. Roseman

Roseman (1984, 2001) schließt an die Arbeiten von Lazarus an und stellt die Coping-Funktionen der Emotionen, in der Interaktion mit der Umwelt, in den Mittelpunkt ihrer Überlegungen. Dabei wird jede Emotion mit einer unterschiedlichen Reaktion bzw. Coping-Strategie assoziiert. Als Basis emotionaler Reaktionen geht Roseman von der Relevanz bzw. der Bedeutung der zugrundeliegenden Motive aus: „The greater the amount of motive-relevant change possible (for example, when much might happen in a short time), and the more important the motivations that are at stake, the stronger and more dominant responses will become.” (Roseman, 1984, S. 33)

Aus per Fragebogen erfassten Beschreibungen von emotionalen, real erlebten Situationen wurden ursprünglich fünf kognitive Dimensionen herausgearbeitet, die in späteren Versionen der Theorie auf sieben Dimensionen erweitert wurden (Roseman, 2001). Die unterschiedlichen Kombinationen dieser Bewertungsdimensionen führen zu den spezifischen Emotionen, zu 17 Basisemotionen. Die grundlegenden Einschätzungsdimensionen sind Überraschung („unexpectedness“, erwartet/unerwartet, bzw. ob das Ereignis gegen die eigenen Erwartungen verstößt), situationaler Status („situational state“, inkonsistent/konsistent zu Motiven bzw. ob das Ereignis von der Person erwünscht ist oder nicht), motivationaler Status („motivational state“, minimieren/maximieren bzw. Bestrafung/Belohnung bzw. ob sich das Ereignis auf Wünsche mehr/weniger von etwas belohnenden/bestrafenden zu bekommen bezieht), Wahrscheinlichkeit („probability“, unsicher/sicher bzw. ob motivrelevante Aspekte eines Ereignisses möglich oder sicher sind), Handlungskompetenz/Verantwortlichkeit („agency“, Umstände/andere/selbst, bzw. Verantwortung für das motivrelevante Ereignis), Kontroll-Potenzial („control potential“, niedrig/hoch bzw. Einflussmöglichkeiten auf motivrelevante Aspekte des Ereignisses) und die Problemart („problem type“, instrumentell/intrinsisch bzw. inhärente Eigenschaften, bzw. Behinderung eines Ziels oder negative Eigenschaften).

Das Emotionsmodell von Roseman geht damit von diskreten emotionalen Reaktionen aus, die auf klar definierten Einschätzungsmustern beruhen und Emotionen sind in Summe Reaktionen (wahrgenommen, erinnert oder vorgestellt) zu Stimulus-Ereignissen, die motivationale Signifikanz besitzen.

Zur Verdeutlichung sollen die konkreten Einschätzungsmuster von Roseman bezüglich der im empirischen Teil der vorliegenden Arbeit verwendeten Grundemotionen Angst, Ärger, Traurigkeit, Freude und Liebe dargestellt werden (Roseman, 2001, S. 70f.): Angst beruht auf der Einschätzung von Motivinkonsistenz und geringer Kontrollmöglichkeit, Ärger ebenfalls auf der Einschätzung von Motivinkonsistenz, aber hoher Kontrollmöglichkeit für instrumentelle Ziele. Bei Traurigkeit geht es ebenso um Motivinkonsistenz, geringer Kontrollwahrnehmung und instrumentellen Zielen, aber mit sicherem (negativem) Resultat. Die positiven Emotionen Freude und Liebe resultieren auf Einschätzungen der Motivkonsistenz, bei Liebe bleiben aber Verantwortlichkeit und Kontrolle unklar.

Dabei geht Roseman von einem Emotions-Syndrom aus, das aus fünf Komponenten besteht: eine phänomenologische Komponente (Gedanken, Bilder und Gefühle), eine physiologische Komponente (körperliche Reaktionen), eine expressive Komponente (Gesichtsausdruck, Stimme, Körpersprache), eine Verhaltenskomponente („action tendencies or readiness“ wie laufen, kämpfen, etc.) und eine „emotivational“

Komponente (typische Ziele, die das Individuum erreichen möchte, wenn die Emotion wahrgenommen wird; z.B. Situationen vermeiden bei Angst oder jemandem Schaden zufügen bei Ärger) (1984, S. 20; 2001, S. 75).

Roseman beschreibt konkrete Anwendungsmöglichkeiten ihrer Emotionstheorie: So unterscheidet Roseman beispielsweise zwischen zwei unterschiedlichen Einschätzungsmustern bezüglich negativer, feindlicher Gruppenbewertungen: Verachtung/Missachtung von anderen Gruppen („contempt-related intergroup hostility“) basiert auf intrinsischen („intrinsically“), an sich negativen Bewertungen wie schwachen intellektuellen Fähigkeiten, negativen Moralvorstellungen, Faulheit, Gier oder Neigung zu Gewalt. Auf andere Gruppen bezogener Ärger („anger-related intergroup hostility“) basiert auf der Wahrnehmung, dass andere Gruppenmitglieder Ziele der eigenen Gruppe behindern bzw. ihnen im Weg stehen (physische Sicherheit, ökonomische Wohlstand oder Gleichbehandlung) (Roseman, 2001, S. 85). Obwohl Roseman auch unterschiedliche Interventionen für die beiden spezifischen Einschätzungsmuster aufzeigt, geht er von allgemein hilfreichen Interventionen aus, die auf Neubewertung der eigenen Situation (als weniger motivinkonsistent) und auf eine Veränderung der Ursachenzuschreibungen (Verantwortung negativer Ereignisse wie Job-Verlust oder Verbrechen) abzielen. Prosoziales Verhalten kann nach Roseman ebenfalls durch Neubewertungen der eigenen Situation und anderer Personen gefördert werden.

1.2.7 Klaus Scherer

Scherer (1984a) entwickelte seine Emotionstheorie ausgehend von den bis dahin vorhandenen Übereinstimmungen der meisten kognitiven Emotionstheorien hinsichtlich folgender grundlegender Elemente: die Komponente der kognitiven Einschätzung (Bewertung von Stimuli bzw. Situationen), eine physiologische Komponente (Aktivierung, Erregung), die Komponente des körperlichen, motorischen Ausdrucks (Mimik, Gestik), die motivationale Komponente (Handlungsbereitschaft und -tendenzen) und die Komponente des subjektiven Erlebens (Gefühle). Ausgehend von diesen theoretischen Übereinstimmungen konzentrierte sich Scherer auf eine Zusammenführung unterschiedlicher Emotionstheorien in den Bereichen der Funktionen und Definitionen von Emotionen, sowie der Rolle der Kognitionen im Entstehungsprozess der Emotionen.

Bezüglich der Funktionen von Emotionen betont Scherer die Vermittlungsfunktionen der Emotionen zwischen Individuum und Umwelt. In einem ersten Schritt wird die Relevanz eines Umwelt-Stimulus bzw. einer Situation oder Ereignisses bezüglich der Bedürfnisse, Pläne oder Präferenzen der Person in einer spezifischen Situation bewertet, darauf folgt die Vorbereitung der Handlungen (psychologisch wie physiolo-

gisch) angemessen der jeweiligen Situation, was wiederum zur Kommunikation der Reaktionen, des Zustandes oder der Absichten an die soziale Umwelt führt. Scherer stellt auch einen Zusammenhang zwischen kognitiven und evolutionären Emotionstheorien insofern her, als dass kognitive Bewertungen einen evolutionären Vorteil bedeuten können. Damit ist gemeint, dass die Abkoppelung der Handlungsreaktionen von einem Stimulus im evolutionären Sinn flexible Reaktions-Adaptionen ermöglicht (Scherer, 1984a). Rigide Reiz-Reaktionen werden phylogenetisch durch kognitive Evaluationsprozesse ersetzt, die zu einem großen, variablen Verhaltensrepertoire führen.

Hinsichtlich der Definition von Emotionen geht Scherer (1984a) davon aus, dass Emotionen keine stabilen Zustände, sondern flexible Prozesse sind, die von mehreren ineinandergreifenden Subsystemen beeinflusst werden. Scherer bezeichnet sein Modell als „component process model“ bzw. als Komponentenmodell der Emotionen (1984a, S. 299), das weiter „durch die Berücksichtigung aller Emotionskomponenten … zu einer Integration der verschiedenen Theorien der Emotionsentstehung beitragen“ soll (Brosch & Scherer, 2009, S. 446).

In diesem funktionalen Modell geht Scherer von einer kognitiven, physiologischen, motivationalen, expressiven und affektiven Komponente aus (siehe oben). Die jeweiligen Komponenten werden in weitere Facetten („facets“) unterteilt. Die hierarchisch geordneten Bewertungsschritte nennt Scherer „stimulus evaluation checks“ (Scherer, 1984a, S. 306; Brosch et al., 2009, vgl. Hess & Kappas, 2009).

Die Erfassung der unmittelbaren Relevanz wird in folgende solche Bewertungsschritte unterteilt: Der „novelty check“ (Neuigkeit) betrifft den Neuigkeitswert und bewertet das Auftreten des Ereignisses hinsichtlich der Erwartungen (plötzlich/abrupt, Vertrautheit und Vorhersagbarkeit), der „intrinsic pleasantness check“ (intrinsische Angenehmheit) bewertet den Stimulus hinsichtlich seiner „intrinsischen“ (an sich angenehm/unangenehm) Angenehmheit und der „goal/need significance check“ (Zielrelevanz-Check) bewertet den Stimulus hinsichtlich dessen Relevanz für momentan wichtige Ziele und Bedürfnisses des Individuums.

Weitere „subchecks“ dienen der elaborierten Beurteilung der Implikationen bzw. der Auswirkungen: von kausaler Attribution (Kausalattributions-Check, Ursachenzuschreibung und Intentionen), über Ergebniswahrscheinlichkeit (der Konsequenzen, Konsequenzwahrscheinlichkeits-Check), über Diskrepanz von Erwartungen (Erwartungsdiskrepanz-Check) und Zuträglichkeit zu eigenen Zielen und Bedürfnissen (Zieldienlichkeits-Check), bis zu Dringlichkeit in Abhängigkeit zur Priorität der betroffenen Ziele und Bedürfnisse (Dringlichkeits-Check).

Auch das Bewältigungspotenzial und die Normenkompatibilität („normative Signifikanz“ bei Brosch et al., 2009) werden durch weitere „subchecks“ beurteilt, die den

„secondary appraisal“ Schritten von Lazarus ähnlich sind (Hess et al., 2009, S. 260). Das Bewältigungspotenzial („coping potential“) wird durch den Kontrollierbarkeits-Check (Kontrollmöglichkeit des Ereignisses, „control subcheck“), den Machtcheck (persönliche Ressourcen, Körperkraft, Geld, Wissen, bis zu sozialem Netzwerk, „power subcheck“) und den Anpassungscheck (Anpassungsfähigkeit des Organismus, „adjustment subckeck“) bewertet.

Beim Normenkompatibilitäts-Check („norm/self compatibility check“) wird das Ereignis bezüglich der Kompatibilität mit internen, persönlichen Standards und Normen („internal standards subcheck“) und externen, sozialen Normen der relevanten Bezugsgruppe („external standards subcheck“) verglichen und bewertet (Scherer, 1984a, S. 306ff.; Scherer, 1984b, S. 38f.).

Diese vernetzten Bewertungsschritte beziehen sich auf die grundlegenden Appraisal-Dimensionen Relevanz (subjektive Auswirkungen), Implikationen (Konsequenzen auf das eigene Wohlbefinden und Ziele), Bewältigungspotenzial (subjektive Bewältigungsmöglichkeiten) und normative Signifikanz (Bedeutung für Selbstkonzept, soziale Normen und Werte) in die Gesamteinschätzung einbezogen (Brosch et al., 2009).

Trotz hierarchischer Struktur des Komponentenmodells können dabei einzelne Bewertungsschritte übersprungen werden. Es wird weiters ein kontinuierlicher Bewertungsprozess angenommen bei dem es nach veränderten Komponenten zu Neubewertungen kommen kann. Auch in späteren Arbeiten betont Scherer (2001a; Brosch et al., 2009) die Vorteile einer prozessorientierten Emotionstheorie, die von interagierenden, flexiblen, nonlinearen Bewertungskomponenten ausgeht. Demnach verarbeitet das Individuum permanent Informationen über „Events“, die sich auf externe und interne Stimuli beziehen können. Das Ergebnis dieser Verarbeitungsprozesse ist im weitesten Sinn Wissen, das im Kurzzeitgedächtnis gespeichert wird. Das Individuum bewertet all diese Informationen permanent und wiederholt in Bezug auf das eigene Wohlergehen. Dieser Evaluationsprozess besteht aus der Feststellung der Gesamt-Signifikanz bzw. der Relevanz des Stimulus für das Individuum hinsichtlich der Konsequenzen des Ereignisses in Relation zu den Bedürfnissen, Motiven und Werten des Individuums. In dem Falle, dass genügend Hinweise darauf vorliegen, dass die wahrgenommene Signifikanz des eingeschätzten Ereignisses adaptive Handlungen oder interne Anpassungen erfordern, dann ist das Ergebnis dieses Bewertungsprozesses eine emotionale Episode (Scherer, 2001a).

Das Komponentensystem von Scherer basiert unter anderem auf der interkulturellen, empirischen Studie von Scherer, Summerfield und Wallbott (1983; vgl. Scherer, 1984b), die dem Kategorienschema der Film-Inhaltsanalyse der vorliegenden Arbeit (siehe Kapitel „Kategorienbildung“) zugrundeliegt. Scherer selbst empfiehlt diese em-

pirischen Resultate als Kodiersystem für weitere empirische Arbeiten zu verwenden: „The facet system proposed here could provide a coding scheme to organize both the evaluation of free responses and structure the development of fixed response questionnaires" (Scherer, 1984a, S. 304). Hinsichtlich der Anwendung der empirisch erhobenen emotionsauslösenden Situationen auf medial vermittelte Inhalte wird noch auf folgendes Zitat verwiesen: „It is important to note that these stimuli can consist of external events or situations as well as of one's own behavior or even internally generated sensations or memories" (ebenda, S. 306). Kognitive Emotionstheorien beziehen sich demnach auch auf imaginäre Situationen und können damit explizit auch auf audiovisuelle Inhalte angewendet werden.

1.2.8 Nico H. Frijda

Frijda (1986) definiert Emotionen als Änderungen der Handlungsbereitschaft („action readiness"), die durch relevante bzw. bedeutsame („meaningful") Ereignisse ausgelöst werden (S. 401). Dabei wird ein quantitativer und qualitativer Aspekt unterschieden: Die quantitative Komponente Aktivierung („activation") und die qualitative Komponente Handlungstendenz („action tendencies") werden durch autonome Veränderungen begleitet. Die einzelnen Emotionen unterscheiden sich voneinander hinsichtlich des Aktivierungsgrads, der Handlungstendenz und der autonomen Reaktionen. Im Verhalten der Person manifestieren sich Handlungstendenz und Aktivierungsgrad und werden durch weitere Steuerungsprozesse beeinflusst. Emotionsauslösend sind unterschiedliche Reizkonstellationen, wie sie von der Person wahrgenommen und bewertet werden.

Die Handlungstendenz (als Teil der emotionalen Reaktion) ist eine mögliche Interaktionsart mit der Umwelt und sie führt zu einem theoretisch möglichen Endstatus. So hat beispielsweise die Emotion Ärger die Funktion der Wiedererlangung von Kontrolle mit dem Endstatus der Entfernung von Hindernissen. Die passende (emotionale) Handlungstendenz dazu ist Kampf. Angst hat die Funktion des Schutzes mit dem Endstatus Nichtzugriff auf die Person. Eine passende Handlungstendenz ist die Vermeidung. Trauer hat die Funktion der Erholung von negativen Ereignissen. Die funktional passende Handlungstendenz dazu ist Deaktivierung, bei der abseits der Erholungsmöglichkeit kein weiterer Endstatus definiert ist. Freude hat die Funktion der allgemeinen Bereitschaft. Die funktionale Handlungstendenz dazu ist eine allgemeine Aktivierung, bei der ebenfalls kein Endstatus definiert ist (ebenda, S. 88f.).

Grundsätzlich liegt die Betonung des Emotionsbegriffs bei Frijda auf der Interaktion mit der Umwelt: „Emotions are tendencies to establish, maintain, or disrupt a

relationship with the environment“ (ebenda, S. 71). Frijda weist damit Emotionen klare Funktionen bezüglich der Umwelt zu:

> Every emotion has its advantages and disadvantages. These advantages and disadvantages can be inferred from the various situational meaning structures. Grief is the emotion of finality, of definitive, irreparable loss. Finality has its specific painfulness in the helplessness that it implies. It also has its advantages: No efforts make sense, nothing has to be endeavored, no effort hast to be spent. Similar considerations apply to anger. Its situational meaning structure involves an obstacle that in principle might not have been there. The antagonist could have acted otherwise; something or someone else is to blame. This implies that behind the obstacle the blocked goal still exists, still is available; and the nature of the obstacle is such that, in principle it can be controlled and modified. Anger implies hope. Further, anger implies that fighting is meaningful; one is not reduced to mere passivity. These are the advantages. The disadvantage resides in the effort and alertness required and the burden of responsibility for effecting or not effecting the change that is possible. Efforts toward that change, moreover, may fail and thus produce humiliation and disappointment. Fear is the emotion of uncertainty and lack of control. In uncertainty and lack of control, it is of no use to stick your neck out in efforts at control. That is an advantage. Also, at the same time, the situation is seen as one that could be other than it is; it is a “modifiable” one, in contrast to the situation of grief. But in contrast to anger, it is not one that looks controllable; it tends to leave your passive and apprehensively waiting for what is to come. (ebenda, S. 429f.)

Frijda beschreibt in einer sehr umfassenden Emotionstheorie die Entstehung von Emotionen auf Basis eines mehrstufigen Interpretationsprozesses: Auslöser ist ein Stimulus-Ereignis (extern oder intern), das bezüglich Ursachen und Konsequenzen bewertet wird. Das Ereignis wird in einem ersten Bewertungsschritt auf Relevanz („relevance evaluation“) eingeschätzt, in einem zweiten auf Coping-Möglichkeiten bezüglich der Gesamtsituation („context evaluation“). In Summe wird auf Basis der Dringlichkeit, Schwierigkeit und Ernsthaftigkeit des Ereignisses die Handlungstendenz generiert. Das Resultat sind Handlungen (motorisch und/oder kognitiv). Auf allen Ebenen des Bewertungsprozesses können regulative Prozesse wie Selbstkontrolle eingreifen. Damit ist die Art und Weise gemeint mit der die Person mit der jeweiligen Emotion umgeht (unter anderem in Abhängigkeit von sozialen Normen). Diese regulativen Prozesse sind Teil der Emotionen und wirken sich ihrerseits auf die Emotionen aus:

> Emotions are subjects to regulatory action throughout all phases of the emotion process as just sketched. There is regulation of confrontation with events: Emotional events are sought and avoided. There is appraisal regulation: Appraisals can be modified within a considerable range by selective attention and self-serving cognitive activities. There is impulse control: Emotional urges can be suppressed so as to disappear from consciousness as well as from behavior, and they can be amplified. Overt response can be checked, or attenuated, shaped, or replaces by some other response. (ebenda, S. 401)

Mit Regulation sind willkürliche, aber auch unwillkürliche Prozesse gemeint, die sich auf die Wahrnehmung und auf die Handlungen der Person auswirken. In die Entstehung von Emotionen können auch unterschiedliche, einander widerstrebende Prozesse involviert sein, die jeweils für sich zu unterschiedlichen Handlungstendenzen führen würden. Selbstkontrolle kann beispielsweise zu einer verhaltenen Ärger-Handlung führen und nicht zu offener Aggression. Frijda stellt in diesem Zusammenhang die Begriffe „emotion“ und „reason“ bzw. „pleasure“ und „reality“ einander gegenüber, um das Spannungsverhältnis zwischen Handlungstendenz und gezeigtem, dem sozialen Rahmen angepasstem, Verhalten zu illustrieren (ebenda, S. 403): „As for behavior, emotional behavior shows a continually shifting balance between letting go and restraint.” (ebenda, S. 406) Der emotionale Impuls wird erst durch Regulationsprozesse der realen Umwelt angepasst:

> It may also be that emotional impulse as evoked by relevant stimuli potentially always is of maximal intensity, regardless of realistic or moralistic considerations; this impulse is toned down by inhibition, as a permanent stabilizing counterforce governed by reality and morality. (ebenda, S. 408)

Frijda beschreibt damit eine potenziell maximale Handlungstendenz, die durch kognitive (u.a. sozial beeinflusste) Prozesse kontrolliert wird. Bei unvorhersehbaren Situationen manifestieren sich die Handlungstendenzen eher als bei vorhersehbaren Situationen, was auf die kontrollierende, abschwächende Wirkung der Kognitionen hindeutet (ebenda, S. 407). Grundsätzlich können Handlungen oder Gedanken, die auf emotionsauslösenden Situationen basieren, unterdrückt, abgeschwächt, verstärkt oder anders modifiziert werden bevor sie aufkommen oder auch erst während deren Exekution. Im Prinzip geht Frijda von einem „process-monitoring“ aus, bei dem Verhaltenskonsequenzen abgeschätzt werden („outcome“- und „action-monitoring“): „Regulation is an essential component of the emotion process. Emotion – outwardly manifest emotion, but equally emotion as experienced – is to be considered the product of excitation

of action tendency on the one hand and of inhibition of that same action tendency on the other" (ebenda, S. 405).

Frijda unterscheidet zwei Arten von Ergebnissen von Regulationsprozessen: Einerseits sind die Konsequenzen betroffen, also die Reduktion von negativen Konsequenzen und die Steigerung von positiven. Anderseits geht es um das emotionale Erleben an sich, also um die Reduktion von Unbehagen oder negativer Beeinträchtigung und Steigerung von Wohlbehagen und Vergnügen. Die Auswirkungen auf die Konsequenzen werden durch Hemmung und Selbstkontrolle geregelt, jene auf das emotionale Erleben an sich durch intrapsychisches Coping und durch Bewertungsänderungen. So zählt Frijda auch Humor zu den intrapsychischen Copingstrategien, da er zur Reduzierung von Spannung beitragen kann. Durch Ablenkung oder durch humorvolle Interpretation kann innere Distanz aufgebaut werden und somit zur Abschwächung der negativen Stress-Situation beitragen. Internes Coping umfasst weiters Prozesse wie "denial" (Abwehr durch Verleugnug) und „detachment" oder „depersonalization" (Abschwächung des persönlichen Bezugs). Dazu gehört auch „intellectualization", also die kognitive, unpersönliche, faktenorientierte, distanzierte Darstellung der Ereignisse. Auch eine veränderte Einschätzung des eigenen Coping-Potenzials kann zu besseren Verarbeitungsmöglichkeiten von negativen Ereignissen führen.

Zu welchem Verhalten eine emotionsauslösende Situation führt, hängt zu einem großen Teil von Verhaltensnormen und Benimmregeln ab, die über Internalisation oder über soziale Kontrolle bzw. über Beisein anderer ausgeübt wird. Als Beispiel wird u.a. Rache angeführt, die im „normalen" sozialen Kontext nicht zu blutigen Auseinandersetzungen führt. Gesellschaftliche Ausdrucks- oder Emotionsnormen beeinflussen die Regulationsprozesse: „In fact, the entire phenomenon of ‚civilization' can be considered to consist of control to emotion and of natural impulse" (ebenda, S. 412).

Im Kontext der vorliegenden Arbeit können in diesem Zusammenhang zum Beispiel gefährliche (aber auch andere) Film-Situationen stellvertretend für die RezipientInnen gelöst werden. Durch die Identifikation mit der fiktionalen Rolle kann eine Bewältigung von belastenden Situationen zumindest in der Phantasie suggeriert werden. Die in der realen Welt vorhandenen Regulationsprozesse, die die Verhaltenstendenzen abschwächen, können stellvertretend und ungehemmt in einer fiktionalen Welt ausgelebt werden. Reale, externe Begebenheiten werden von Frijda internen, psychischen grundsätzlich gleichgestellt, was die Anwendung von Appraisal-Theorien auf das Rezeptionserleben nahelegt:

> Input for emotional response includes self-generating stimuli: thoughts, fantasies, memories. It includes the thoughts that attach to external stimuli. No sharp dividing line can therefore be drawn between input regulation and intrapsychic

> coping: Regulation of external stimulus input and of thoughts and images are fully equivalent. (ebenda, S. 420)

1.2.9 Emotionen und Relevanz

In Summe geht es bei den Bewertungstheorien um die Bedeutung von Situationen, Personen, Ereignissen oder Objekten für die Wünsche oder Ziele der einschätzenden Person (Reisenzein et al., 2003). Obwohl die Frage nach den Emotionen zugrundeliegenden Motiven in den Emotionstheorien unterschiedlich elaboriert wird, gehen die einzelnen AutorInnen davon aus, dass Emotionen nur von, für die Person relevanten Situationen, Personen, Ereignissen oder Objekten, ausgelöst werden. „It is consistently pointed out that the key to emotion-constituent appraisal is the relevance of the event to an organism's motivation. Yet the exact nature of that motivation (needs, goals, desires, values, etc.) is rarely specified" (Scherer, 2001a, S. 376). Roseman (1984) bringt die Intensität der Emotionen explizit mit der Relevanz bzw. der subjektiven Bedeutung der betroffenen (oder gefährdeten) Motive in Zusammenhang. Auch Arnold (1960) spricht als Voraussetzung für ein emotionsauslösendes Ereignis von persönlichem Bezug in Relation zu persönlichen Erfahrungen und Zielen: „The object must be appraised as affecting me in some way, affecting me personally as an individual with my particular experience and my particular aims." (ebenda, S. 171) Auch Lazarus (2001) bezieht Relevanz in seine Bewertungsschritte ein uns stellt dabei eine Verbindung zwischen Objekten, Ereignissen oder Personen zu den subjektbezogenen Werthaltungen, Zielen oder Ansichten her: „This process has to do with whether or not what is happening is relevant to one's values, goal commitments, beliefs about self and world, and situational intentions, and if so, in what way" (ebenda, S. 42). Die primären Einschätzungskomponenten (Ziel-Relevanz, Ziel-Kongruenz und Ego-Involvement) identifizieren relevante Situationen bzw. Ereignisse bzw. Objekte oder Personen und sind die Basis der sekundären Einschätzungskomponenten, die sich erst nach vorliegender Relevanz der Personen, Ereignissen oder Objekten mit den Bewältigungsmöglichkeiten beschäftigen (siehe Kapitel „Lazarus"). Lazarus bezeichnet die Idee der persönlichen Signifikanz bzw. Relevanz mit "relational meaning" (2001, S. 58). Frijda nennt die primäre Relevanzbewertung „relevance evaluation" und definiert sie, ähnlich wie Lazarus, als ersten Bewertungsschritt (1986, S. 206). Auch Scherer weist explizit auf die Bewertung der Relevanz bzw. auf die „Relevanzdetektion" als ersten Appraisal-Schritt hin (Scherer, 1984a; Brosch & Scherer, 2009):

> I view emotion more broadly as the interface between an organism and its environment mediating between constantly changing situations and events and the individual's behavioral responses. The major aspects of this process are three-

> fold: first, evaluation of the relevance of environmental stimuli or events for the organism's needs, plans or preferences in specific situations; second, the preparation of actions, both physiological and psychological, appropriate for dealing with these stimuli; and finally the communication of reactions, states, and intentions by the organisms to the social surround. (Scherer, 1984a, S. 295)

In einer differenzierteren Ausformulierung nennt Scherer diesen Teil-Bewertungsschritt ("subcheck") der kognitiven Komponente „goal/need significance check" bzw. „relevance subcheck" bei welcher der Stimulus auf dessen Relevanz für wichtige Ziele und Bedürfnisses des Individuums bewertet wird.

Da der Begriff der Emotionen, zumindest aus Sicht der kognitiven Emotionstheorien, per Definition den Begriff der Relevanz beinhaltet, bzw. Emotionen helfen, „aus einer Vielzahl von Informationen das Relevante auszuwählen" (Keil & Grau, 2005. S. 15), könnte der Titel der vorliegenden Arbeit eigentlich auf „Emotionale Medieninhalte" verkürzt werden. Da es aber für unterschiedliche Individuen und folgedessen für unterschiedliche RezipientInnengruppen verschiedene relevante Themen gibt, wurde der erweiterte Titel verwendet. Auch soll dabei auf die Besonderheiten medieninduzierter Emotionen hingewiesen werden (siehe Kapitel „Besonderheiten medieninduzierter Emotionen"). Gruppen- bzw. milieutypische Unterschiede hinsichtlich der Relevanz von medialen Angeboten rücken damit klarer in den Mittelpunkt des Interesses. In diesem Sinne kann man auch von der „Einschätzung der lebenspraktischen Relevanz" der Medieninhalte („Empraxis", Schmidt, 2005, S. 18) sprechen.

1.2.10 Kritik an kognitiven Emotionstheorien

Die wesentlichen Kritikpunkte an den kognitiven Emotionstheorien beziehen sich auf zwei unterschiedliche Ebenen: einerseits auf die empirische Überprüfung der Theorie und Erfassung der Emotionen und anderseits auf eine wesentliche theoretische Grundannahme aller Appraisal-Theorien (Reisenzein, 2009; Zillmann, 2004; Reisenzein et al., 2003; Roseman & Smith, 2001):

An den Methoden zur Erfassung der Emotionen zur Überprüfung der Bewertungsschritte wird vor allem kritisiert, dass meist nicht momentan erlebte Emotionen erfasst werden, sondern erinnerte oder nur hypothetische Situationsdarstellungen als auslösende Bedingungen den ProbandInnen vorgelegt werden. Für die empirische korrekte Erfassung der Emotionen wäre theoretisch der beste Weg, die Emotionen unmittelbar im realen Lebensvollzug, also direkt beim Auftreten der Emotionen samt Qualität, Quantität und relevanter Einschätzungsdimensionen zu erfassen. Nicht nur aus forschungsökonomischen Gründen ist eine kontinuierliche Alltagsaufzeichnung von

Emotionen kaum möglich, Schwierigkeiten bei der Rekrutierung und starke, kontinuierliche Belastung der ProbandInnen würden wahrscheinlich zu verzerrten Ergebnissen führen. Die Einschätzungsdimensionen der kognitiven Emotionstheorien wurden daher aufgrund von hypothetischen Situationsbeschreibungen erfasst bzw. von typischerweise emotionsauslösenden Situationen abgeleitet. Demzufolge gibt es aber eine theoretische Diskrepanz zwischen erinnerten oder vorgestellten emotionalen Reaktionen auf bestimmte Situationen zu unmittelbar erlebten emotionalen Reaktionen in realen Situationen. Eine nachträgliche Fragebogenerfassung von Emotionen betont an sich die kognitive Komponente, da Zeit zum Nachdenken, zum nachträglichen Rationalisieren der Situation bzw. zur analytischen Aufarbeitung besteht. Auch werden in hypothetischen Fragestellungen wahrscheinlich „gute“, allgemein nachvollziehbare und damit verständliche Ursachen für die emotionalen Reaktionen betont.

Der zweite ganz wesentliche Kritikpunkt an den Einschätzungstheorien ist, dass Emotionen auch auf nicht-kognitivem Weg entstehen können. Schon James (1890/1950) betonte die Mechanismen der Emotionsauslösung über viszerale, körperliche Reaktionen. Emotionen können demnach nur durch Wahrnehmung und ohne kognitive Bewertung ausgelöst werden. Dazu zählen phobische Ängste (Schlangen, Spinnen, Höhenangst). Die kognitiven Bewertungen der Appraisal-Theorien werden als zu langsam und analytisch gesehen, als dass sie spontane, rasche emotionale Reaktionen erklären könnte. Die Annahme, dass emotionale Reize unter der Wahrnehmungsgrenze, also auch ohne Einschätzungsprozesse Emotionen auslösen können, ist einer der wesentlichsten Kritikpunkte an den kognitiven Emotionstheorien (Robinson, 1998; Zajonc, 2000). Neuere Studien zeigen jedoch, dass auch theoretisch „subliminal“ dargebotene Reize bewusst erkannt werden können (Pessoa, Japee & Ungerleider, 2005) und dass kognitive Prozesse durch mehrmalige Wiederholungen automatisiert werden können, also im Grunde auf kognitiven Einschätzungen beruhen können (Reisenzein, 2009). In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage nach einer erweiterten Definition von Kognitionen (nicht begrenzt auf bewusstes, rationales, abwiegendes Denken), die in der so genannten „Kognitions-Emotions-Debatte“ bzw. in der „Lazarus-Zajonc-Debatte“ in den 1980er Jahren thematisiert wurde (Schorr, 2001; Lazarus, 1984; Zajonc, 1984). Die Diskussion kreiste um die Frage, ob die Emotion vor der kognitiven Interpretation stattfindet oder danach (Roseman et al., 2001). Die Frage ist also, ob die kognitiven Einschätzungen wirklich die Emotionen auslösen oder ob sie Konsequenzen oder nur Komponenten von emotionalen Reaktionen sind. Emotionen können also als Teil des Einschätzungsprozesses oder als dessen Resultat angesehen werden. In diesem Zusammenhang wurde auch die Frage gestellt, ob kognitive Einschätzungen hinreichende Gründe für Emotionen sind (Roseman et al., 2001; Scherer,

2001a; Lazarus, 1984; Zajonc, 1984). Neuere Versionen der kognitiven Emotionstheorien weisen explizit auf erweiterte Definitionen von Kognitionen hin. So nimmt beispielsweise Scherer (2001a) unwillkürliche, unbewusste, evolutionär adaptive Reaktionen (z.B. Schreckreaktion auf Schlangen) und automatisierte Bewertungen (Brosch et al., 2009) in seine Emotionstheorie auf. Allerdings sind auch in früheren Versionen kognitiver Emotionstheorien (z.B. Arnold, 1960) Verweise auf die Möglichkeit von raschen, unbewussten Einschätzungen, die bewussten Bewertungsprozessen vorgelagert sein können, enthalten (siehe Kapitel „Magda B. Arnold“). „Direct, immediate, nonreflective, nonintellectueal, automatic, instinctive, intuitive“ (Arnold, 1960, S. 175) emotionale Reaktionen können aber auch durch darauffolgende reflektierte Einschätzungen modifiziert werden. Demnach können rationalen Bewertungen spontane, intuitive Reaktionen auf jeden Fall beeinflussen. Für Scherer (1984a, siehe Kapitel „Klaus Scherer“) ist gerade die kognitive Beeinflussung von mechanistischen Reaktionen ein entscheidender evolutionärer Vorteil. Auch Lazarus unterteilt von Beginn an in bewusste und unbewusste Bewertungsschritte (Lazarus, 1984, 1991, 2001, siehe Kapitel „Richard S. Lazarus“) und bezieht beide Einschätzungsarten in seine Emotionstheorie ein. Die kognitiven Emotionstheorien versuchen also teils von Anfang an, spontane, nichtrationale, unbewusste emotionale Reaktionen in ihre Theoriekonzepte aufzunehmen (Arnold, 1960; Lazarus, 1984, 1991, 2001; Weiner, 1995; Scherer, 1984), was allerdings bei der Kritik kaum Beachtung fand (Zajonc, 1984, 2000).

In Summe liegt der Schwerpunkt der Betrachtungen der kognitiven Emotionstheorien aber klar auf den Einschätzungsprozessen zwischen Wahrnehmung und Emotion. Bei genauerer Betrachtung scheint es aber eine gewisse Annäherung der Standpunkte zu geben bzw. scheinen Kritiker beider Denkrichtungen, nur die Hauptaspekte der jeweiligen Forschungstradition zu berücksichtigen und damit die Diskussion zu polarisieren. Neben der Integration nicht-rationaler Reaktionen in die Appraisal-Theorien werden auch in evolutionspsychologischen Emotionstheorien Bewertungsschritte einbezogen. Schon einer der ersten Emotionstheoretiker, James (1890/1950), verband evolutionspsychologische mit kognitionspsychologischen Aspekten der Emotionsentstehung. Zwar betonte James die körperliche, viszerale Reaktion als Vorbedingung für Emotionen, allerdings postulierte er auch kognitive Bewertungen als Ursache – vor allem der weiteren Differenzierungen – von Emotionen (vgl. Meyer et al., 2001).

Ekman, Ausdrucksforscher und gleichzeitig einer der prominentesten Emotionsforscher, verbindet in seiner Emotionstheorie auch evolutionspsychologische mit kognitionspsychologischen Überlegungen. Sein Forschungsschwerpunkt sind zwar Basisemotionen bzw. universelle Gesichtsausdrücke, allerdings berücksichtigt er auch die

Bewertung bezüglich des zukünftigen, subjektiven Wohlergehens bei der Emotionsentstehung:

> Am geläufigsten sind uns Emotionen, wenn wir – ob zu Recht oder nicht – annehmen, dass etwas geschieht oder geschehen wird, das für unser Wohlergehen von massiver Bedeutung ist. Das ist gewiss nicht der einzige Grund für eine emotionale Reaktion, aber sicher ein sehr wichtiger, vielleicht der zentrale „Urgrund“ für unsere emotionalen Reaktionen. … Emotionen haben sich in der Evolution entwickelt, damit wir rasch auf entscheidende, lebenswichtige Ereignisse in unserem Leben reagieren können. (Ekman, 2004, S. 26)

Allerdings bringt er genauso die nicht-rationale, unbewusste Reaktion in seine Überlegungen ein: „Emotionen machen es möglich, dass wir uns mit wichtigen Ereignissen auseinandersetzen, ohne erst lange darüber nachdenken zu müssen“ (ebenda, S. 27). Neben evolutionären, also universellen Reaktionen verweist er explizit auf kulturabhängige, und aus persönlicher Erfahrung erlernte Modifikationen:

> Es gibt universale Emotionsthemen, die unsere evolutionäre Geschichte widerspiegeln, und zahlreiche kulturabhängige erlernte Variationen, die vor unserer individuellen Erfahrung zeugen. Mit anderen Worten, wir reagieren sowohl auf Dinge emotional, die für unsere Vorfahren von Bedeutung waren, als auch auf solche, von denen wir selbst festgestellt haben, dass sie für unser Leben wichtig sind. (ebenda, S. 298)

Ein weiterer Kritikpunkt an den kognitiven Emotionstheorien ist, dass die verschiedenen Einschätzungstheorien an einigen wesentlichen Punkten voneinander abweichen (Roseman et al., 2001): So beschäftigen sich die meisten Theorien mit der Struktur des kognitiven Bewertungsprozesses und wenige mit den genaueren Bedingungen der Bewertungsschritte (z.B. Lazarus, 1991; Smith & Kirby, 2001). Eine weitere Unterscheidung gibt es hinsichtlich der Frage ob die kognitiven Bewertungsschritte einem starren Ablauf folgen (z.B. Scherer, 1984a) oder ein flexibler Prozess sind (z.B. Lazarus, 1991). Einige Theorien gehen von kategorialen Einschätzungsergebnissen aus, die zu diskreten Emotionen führen (z.B. Frijda, 1986; Ortony et al., 1988, Weiner, 1985). Andere gehen von kontinuierlich veränderlichen, multidimensionalen Einschätzungsergebnissen aus, die potenziell zu unendlich vielen unterschiedlichen emotionalen Zuständen führen können (z.B. Scherer, 1984a). Lazarus (1991, 2001) oder Roseman (1984, 2001) beschreiben eine kleine, begrenzte Anzahl von Emotionen, wogegen Scherer theoretisch von einer unbegrenzten Kombinationsmöglichkeit und damit unbegrenzten Anzahl von Emotionen spricht. In Verbindung dazu steht die unterschiedliche

Anzahl der Einschätzungsdimensionen, die zu verschiedenen Interpretationen zur Rolle der zugrundeliegenden Motive im Einschätzungsprozess führt.

In Summe stellen die kognitiven Emotionstheorien einen Forschungsschwerpunkt dar, der sich durch die Fokussierung auf Einschätzungsprozesse von anderen Forschungstraditionen abgrenzt. Evolutionspsychologische, lernpsychologische und neuro- und psychophysiologische (Meyer et al., 2001), attributionale (Försterling, 2009) oder u.a. psychoanalytische, ausdruckstheoretische, sozial-konstruktivistische oder entwicklungspsychologische (Otto, Euler & Mandl, 2000a) Emotionstheorien stellen Klassifikationen von Emotionstheorien anhand der zentralen Forschungsfragen dar und nähern sich dem Phänomen Emotionen von unterschiedlichen Perspektiven an. Dies bedeutet aber nicht, dass es zwischen den unterschiedlichen Theorien keine Überlappungen gibt. So finden sich beispielsweise in den in dieser Arbeit näher dargestellten kognitiven Theorien auch Hinweise auf evolutionstheoretische Annahmen (siehe oben, Roseman, 2001; Weiner, 1995; Lazarus, 1991; Scherer, 1984a; Brosch et al., 2009; Arnold, 1960) oder in attributionstheoretischen Ansätzen (Schachter & Singer, 1962; Weiner, 1986, 1995, 2006) natürlich kognitive Bewertungen als wesentliche Elemente.

Neben der breiten theoretischen und empirischen Basis (Ellsworth & Scherer, 2003; Reisenzein et al., 2003; Brosch et al., 2009; Hess & Kappas, 2009) kann für die Anwendung der kognitiven Emotionstheorien argumentiert werden, dass mit ihrer Hilfe plausible Erklärungen für die Differenziertheit der Emotionen geliefert werden können, sowie für unterschiedliche emotionale Reaktionen verschiedener Menschen auf die gleichen Ereignisse und für die Auslösung der gleichen Emotionen durch unterschiedliche Ereignisse oder durch verschiedene Informationsquellen (Reisenzein, 2009; Hess et al., 2009).

1.2.11 Zusammenfassung und Implikationen

Das Fundament der Appraisal-Theorien ist die kognitive Einschätzung von Personen, Situationen, Ereignissen oder Objekten und deren Bedeutung für die jeweilige Person in Abhängigkeit von Motiven, Wünschen, Einstellungen, internalisierte Normen etc. Im Sinne der kognitiven Bewertungstheorien beziehen sich ausgelöste Emotionen immer auf für die Person relevante Stimuli, da Personen, Situationen oder Objekte, die für die Person keine Signifikanz haben, auch keine Emotionen auslösen. Von den verschiedenen ForscherInnen werden den Emotionen spezifische Funktionen in Relation zur Person-Umwelt-Beziehung zugewiesen. Einige AutorInnen von Einschätzungstheorien stellen sogar explizite Verbindungen zu evolutionspsychologisch relevanten bzw. adaptiven Funktionen her. Der funktionale Aspekt der Emotionen realisiert sich demnach über die Handlungen gegenüber der Umwelt. Emotionen führen also prinzipiell zu

Handlungen bzw. bereiten sie vor. Die Verbindung zwischen Bewertungen, daraus resultierenden Emotionen und den Auswirkungen auf potenzielles Handeln, wird u.a. explizit von Arnold als „Handlungswünsche“ und von Frijda als „Handlungstendenzen“ bezeichnet. Auch für Weiner sind die Emotionen wesentliche Einflussfaktoren beim Übergang von Denken zum Handeln. Die Ausformung oder Unterlassung von Handlungen wird in diesem Sinne von Emotionen auf Basis von Kognitionen mitbestimmt. Die umgangssprachliche Trennung von „fühlen“ und „denken“ widerspricht demnach den Grundüberlegungen der Einschätzungstheorien.

In Summe gehen die Einschätzungstheorien von folgenden theorieübergreifenden Annahmen aus (Roseman & Smith, 2001, S. 6ff.): „Emotionen werden durch Einschätzungen differenziert. Jede diskrete Emotion wird durch bestimmte Einschätzungsmuster ausgelöst. Die unterschiedlichen Emotionen manifestieren sich in charakteristischen Gesichtsausdrücken und Handlungstendenzen.“ Unterschiedliche Einschätzungen sind für individuelle und zeitliche Unterschiede in der emotionalen Reaktion verantwortlich. Gleiche Situationen können unterschiedlich interpretiert werden und dadurch unterschiedliche Emotionen auslösen. Es ist nicht die Situation an sich, die die Emotion auslöst, sondern die Einschätzung durch das Individuum. Unterschiedliche Menschen können auf die gleiche Situation mit anderen Emotionen reagieren und die gleichen Individuen können zu einem späteren Zeitpunkt die gleiche Situation anders bewerten, was wiederum zu einer anderen Situation führt. Alle Situationen auf die die gleichen Einschätzungsmuster angewendet werden, lösen die gleichen Emotionen aus. Das bedeutet, dass ganz unterschiedliche Situationen zu gleichen Emotionen führen können. Gleiche Einschätzungsmuster führen zu den gleichen Emotionen. Zwischen Situationen und Emotionen besteht aber kein linearer Zusammenhang. Einschätzungen gehen den Emotionen voraus und lösen diese aus. Situationen bewirken Einschätzungen, die wiederum die Emotionen bewirken. Dabei geht es aber nicht immer um Veränderungen oder neue Situationen, sondern es kann auch bei gleicher Reiz-Situation eine Bewertung verändert werden, und damit eine andere emotionale Reaktion ausgelöst werden. Der Einschätzungsprozess macht es wahrscheinlich, dass die Emotionen eine angemessene Reaktion auf die Situationen sind in denen sie auftreten. Das Einschätzungssystem ist evolviert um auf Basis von Informationen vorherzusagen, wann spezifische emotionale Reaktionen höchstwahrscheinlich effektives Coping darstellen. Einschätzungen leiten den Verarbeitungs- bzw. den Coping-Prozess über die emotionale Reaktion in jene Richtung, die es eher ermöglicht, Bedürfnisse und Ziele des Individuums aufrechtzuerhalten.

Widersprüchliche, unbeabsichtigte oder unangebrachte Einschätzungen können für irrationale Aspekte von Emotionen verantwortlich sein. Maladaptive emotionale Re-

aktionen können auf bewussten oder unbewussten kognitiven Prozessen beruhen, die wiederum auch zueinander in Konflikt stehen können. In diesem Sinne können kognitive Emotionstheorien Hinweise für die Psychotherapie liefern. Kognitive Stile, maladaptive Motive oder unrealistische Bewertungen können für dysfunktionale Emotionen verantwortlich sein. Einschätzungsmuster können durch individuelle, entwicklungspsychologische Veränderungen oder durch psychotherapeutische Interventionen beeinflusst werden, was dann auch zu veränderten emotionalen Reaktionen führen kann.

Empirisch breite Unterstützung finden die kognitiven Emotionstheorien vor allem hinsichtlich der Grundannahme, dass unterschiedliche Gefühle auf Basis unterschiedlicher Einschätzungsmuster entstehen, die auf einer begrenzten Anzahl von Einschätzungsdimensionen beruhen. Weiters wird die Annahme von theorieübergreifenden Ähnlichkeiten der Einschätzungsmuster für spezifische Emotionen und die weitgehend interkulturelle Übereinstimmung der Grundemotionen unterstützt (Reisenzein et al., 2003).

Für die vorliegende Arbeit und damit für Studien zu medienvermittelten Emotionen, sind kognitive Emotionstheorien aus folgenden Gründen besonders brauchbar: Die meisten kognitiven Emotionstheorien gehen davon aus, dass interne und externe Reize bzw. Situationen bzw. Objekte potenziell zu den gleichen Emotionen führen können. Die Bewertungstheorien beziehen in ihre Definitionen von Emotionen von Anfang an „nur“ mental repräsentierte Situationen als Auslöser von Emotionen mit ein. Es geht also nicht um objektive Situationen, die richtig erkannt und interpretiert werden, sondern die subjektive Bewertung macht die möglicherweise objektive Situation erst zu einem emotionsauslösenden Stimulus. Gefühle können auch ohne externe Situationen, sondern nur in der Vorstellung entstehen. Schon Meinong geht von „Phantasiegefühlen“ aus, die grundsätzlich zu den qualitativ gleichen Emotionen wie reale Auslöser führen können. Ähnlich argumentieren Arnold (1960) oder Scherer (1984a). Ortony et al., (1988) definiert mit „Realitätsbezug“ eine „globale“ Variable, die sich auf die Intensität, nicht aber auf die Qualität der „Phantasieemotionen“ auswirkt. Konkret bedeutet das, dass durch Filme, Bücher oder Fernsehen potenziell die gleichen Emotionen ausgelöst werden können, wie von realen Objekten oder Situationen, allerdings nehmen u.a. Ortony et al. eine tendenziell geringere Ausprägung dieser Emotionen an. Grundsätzlich gehen die kognitiven EmotionsforscherInnen von einer theoretischen Gleichbehandlung von externen und internen Emotionsauslösern aus:

> Input for emotional response includes self-generating stimuli: thoughts, fantasies, memories. It includes the thoughts that attach to external stimuli. No sharp dividing line can therefore be drawn between input regulation and intrapsychic

> coping: Regulation of external stimulus input and of thoughts and images are fully equivalent. (Frijda, 1986, S. 420)

Die Entscheidung für die Rezeption eines Medienproduktes kann im Rahmen der kognitiven Emotionstheorien als Bewertung des Produktes hinsichtlich der (kognitiven) Erwartungen an das Produkt interpretiert werden. Diese kognitive Vorab-Bewertung des erwarteten Rezeptionserlebens bezieht natürlich die zu erwartenden emotionalen Aspekte während der Rezeptionssituation mit ein. Das zu erwartende emotionale Erleben wird damit kognitiv vorab eingeschätzt. In Summe kommt es also zu einem zweifachen Einschätzungsprozess: einmal die Einschätzung des Produkts vor der Rezeption (und dessen Nutzen für die RezipientInnen) und zusätzlich die Einschätzung des Produkts (und dessen Elemente wie Charaktere, Szenen, Handlung) während der Rezeption (mit dem „Filter“ der subjektiven Erfahrung und Ziele). In der vorliegenden Arbeit wird angenommen, dass die dramaturgisch intendierten Ziele der fiktionalen Welt und die realen Ziele der RezipientInnen nicht klar getrennt werden können bzw. dass empathische Prozesse besonders dort vorkommen, wo reale Ziele der RezipientInnen fiktional (symbolisch) dargestellt werden. Die Einschätzungen des Produkts vorab sind natürlich auch durch andere Faktoren wie Erfahrungen mit ähnlichen Produkten, Programmpromotiontrailer, Plakaten oder Inserate abhängig. Beim Zappen durch das TV-Programm kann die erste Einschätzung (Vorab-Einschätzung) übersprungen werden und sofort die rezipierten Teile des Produkts an sich bewertet werden (spannende oder abstoßende Szenen als Reiz für die weitere Zuwendung oder Abwendung).

Dramaturgische Hinweise im Film können als Indizien der Charakterisierung von Filmcharakteren oder von potenziell emotionsauslösenden Situationsbeschreibungen angesehen werden. Insofern sind die Intentionen der FilmemacherInnen, oder allgemein der ProgrammmacherInnen, die kognitiven Bewertungen für das Publikum in die intendierten Richtungen zu ermöglichen bzw. diese zu beeinflussen, um bestimmte Emotionen auszulösen. Der dramaturgische Aufbau setzt auch den emotional richtigen Ablauf und damit das „richtige“ Verstehen der filmischen Emotionsauslöser voraus. Auf Seite der ProgrammanbieterInnen sind natürlich vor allem Zuwendungsmotive (durch Spannungsaufbau etc.) gewünscht. Die kognitiven Bewertungen und das „Verstehen“ der filmischen Hinweise im Sinne der Intentionen der ProduzentInnen ermöglicht die Rezeption der im Film angelegten emotionalen Reaktionen. Ebenso hängen die individuellen Interpretationen immer von personenspezifischen Eigenschaften wie Erfahrung, Zielen und im weitesten Sinn von Persönlichkeitsmerkmalen ab. Die kognitiven

Emotionstheorien ermöglichen eine Analyse von filmischen Elementen, dem lebensweltlichen Kontext der RezipientInnen und emotionsauslösenden Medieninhalten.

Die im Rahmen der kognitiven Emotionstheorien entstandenen empirisch gut abgesicherten, kulturübergreifenden Studien klassifizieren emotionsauslösende Situationen aus dem „realen“ Leben der ProbandInnen und bieten damit eine gut und nachvollziehbare Operationalisierung der typischerweise emotionsauslösenden Situationen. Diese Situations- bzw. Emotionskategorien lassen sich direkt als Kategoriensystem zur Film-Inhaltsanalyse verwenden. Die Einschätzungstheorien bieten also eine breite theoretische und empirische Basis zwischen Situationen und Emotionen und eine differenzierte, schrittweise und damit klar nachvollziehbare Analysemethode von medieninduzierten Emotionen und damit wertvolle Hinweise auf dem Weg zu einem besseren Verständnis zwischen gesuchten Emotionen, lebensweltlichem Kontext der RezipientInnen und deren Medienhandeln.

2 PUBLIKUMS- UND GRATIFIKATIONSFORSCHUNG

Nach der Darstellung der wesentlichen Emotionstheorien und deren übergreifenden Annahmen, sollen im folgenden Kapitel die beiden weiteren theoretischen Grundpfeiler der vorliegenden Arbeit ausgeführt werden: der Nutzenansatz und die strukturanalytische Rezeptionsforschung. Beide Theorien beschäftigen sich mit der RezipientInnenseite im Massenkommunikationsprozess und sollen auf eine mögliche theoretische Integration der kognitiven Emotionstheorien hin untersucht werden. Die psychologische Forschungstradition der Emotionstheorien soll demnach mit Theorien der Publikums- und Gratifikationsforschung sinnvoll verbunden werden. Grundsätzlich beschäftigt sich die Gratifikationsforschung „mit 1. den sozialen und psychologischen Ursprüngen von 2. Bedürfnissen, die 3. Erwartungen erzeugen an 4. die Medien oder andere (nicht-mediale) Quellen. Die Erwartungen führen dann zu 5. verschiedenen Mustern der Medienexposition (oder zu anderen Aktivitäten), woraus 6. Bedürfnisbefriedigung und 7. andere Konsequenzen (meist unbeabsichtigte) resultieren“ (Schenk, 2007, S. 686). Die Massenkommunikationsforschung basiert auf drei historisch gewachsenen Grundpositionen: Die empirischen Sozialwissenschaften versuchen Wirkzusammenhänge in der naturwissenschaftlichen Forschungstradition mit Fokus auf individuelle Rezeptionsprozesse zu erklären. Kritische Studien untersuchen vor allem die Beeinflussbarkeit des Publikums durch faschistische Propaganda und den Einfluss der Medien auf das Gesellschaftssystem. Und interpretative Studien beschäftigen sich vor allem damit, „wie die am Massenkommunikationsprozess Beteiligten die Inhalte bzw. Aussagen der verschiedenen Medien wahrnehmen und interpretieren, welche Verknüpfungen sie zwischen den ‚Texten‘ der Medien und ihren alltäglichen Situatio-

nen herstellen“ (ebenda, S. 10). In diesem Sinne ist die vorliegende Arbeit vor allem dem interpretativen Paradigma zuzuordnen. Basis der interpretativen Rezeptionsstudien sind die Handlungstheorie (Schütz, 1974; Weber, 1972), der Symbolische Interaktionismus (Mead, 1968; Blumer, 1973), das gesellschaftliche Konzept von Massenkommunikation und Wirklichkeit (Berger & Luckmann, 1972; Bachmair, 1990) und die Theorie des Konstruktivismus (Rusch & Schmidt, 1999; Schenk, 2007).

> Die gedankliche (kognitive) Auseinandersetzung des Publikums mit den Medieninhalten (so genannter Rezeptionsprozess), der soziale und situative Kontext, in dem die Zuwendung und Wahrnehmung der Medieninhalte stattfindet und der weitere Zusammenhang mit der Lebensbewältigung stellen z.B. drei Handlungsebenen einer Rezeptionsforschung nach interpretativem Muster dar. (ebenda, S. 10)

2.1 Von der Wirkungsforschung zum Nutzenansatz

Am Beginn der empirischen Medienforschung bis ca. 1940 dominierte das behavioristische Stimulus-Response-Modell des Menschen bzw. das damit verbundene Kommunikationsmodell, das durch die sog. „Lasswell-Formel“ „Who says what in which channel to whom with what effect?“ (Lasswell, 1948, S. 37) ausgedrückt wird. Im Rahmen der Wirkungs- und Kampagnenforschung wurden dabei vor allem kurzfristige Effekte auf Einstellungen und Verhalten von politischen und kommerziellen Kampagnen gemessen (Brosius, 1998) und „der Rezipient als passiver Empfänger von Signalen konzipiert“ (Suckfüll, 2004, S. 17). Die Idee der starken Medien wird als „hypodermic needle concept“ (Berlo, 1960, S. 27) bzw. als „transmission belt theory“ (Maletzke, 1988, S. 4) bezeichnet. Die Vorstellung von den übermächtigen, omnipotenten Medien führte zu Wirkstudien, die den Inhalt einer Medienbotschaft mit gleichgerichteten Effekten auf die RezipientInnen untersuchte und personale oder soziale Variablen weitgehend vernachlässigte (vgl. Winterhoff-Spurk, 2001, 2004; Suckfüll, 2004; Schenk, 2007;). Esser & Brosius (2000) weisen allerdings auch darauf hin, dass schon in der frühen Propagandaforschung intervenierende Variablen zwischen Reiz und Reaktion bzw. auch RezipientInnenvariablen zumindest teilweise berücksichtigt wurden. Lazarsfeld, Berelson und Gaudet (1944) entdeckten im Rahmen der US-amerikanischen Präsidentenwahlen die Wirkungen von intervenierenden Variablen wie interpersonale Beziehungen und defensive Selektivität. Vor allem die Identifizierung von „opinion leaders“ bzw. MeinungsführerInnen führte zur Vorstellung eines „two-step-flow-model of communication“, das schließlich die Idee des linearen Wirkzusammenhangs zwischen Medienreiz und Wirkungen bei den RezipientInnen verdrängte (vgl. Winterhoff-Spurk, 1999, 2001, 2004; Bösch & Borutta, 2006). Die Verortung von intervenierenden Variab-

len zwischen Medium und Wirkung bedeutete, dass differenzierte Reaktionen in Abhängigkeit von RezipientInnenvariablen und sozialen Beziehungen in den Fokus der Forschung rückten, also allgemeine RezipientInnenvariablen wie Aufmerksamkeit, Wahrnehmung oder Verständnis und individuelle Einstellungen bzw. Persönlichkeitsstruktur, aber auch soziale Rahmenbedingungen in die Forschungsdesigns einbezogen wurden. Die Theorie der Massengesellschaft mit ihrer Vorstellung von atomisierten, isolierten Individuen, die auf Medienbotschaften gleichförmig im Sinne der Instinktpsychologie reagieren wurde unter Einbeziehung von Lern-, Motivations- und Einstellungstheorien aufgegeben (Schenk, 2007). Die Annahme der Omnipotenz der Medien wurde durch ein Modell der „begrenzten Effekte“ ersetzt, das neben personenbezogenen Variablen soziale Beziehungen und Gruppennormen „schützend“ und stabilisierend gegen lineare Medienwirkungen identifizierte. In weiterer Folge wich das einfache MeinungsführerInnenkonzept einem „multi-step-model of communication“ bzw. dem „Mehr-Schritt-Modell“ (Schenk, 1994), da es unterschiedliche MeinungsführerInnen für unterschiedliche Themen geben kann und sich MeinungsführerInnen auch in die Rolle der Ratsuchenden begeben können und ihrerseits in soziale Netzwerke eingebunden sind. Personenvariablen, nicht zuletzt individuelle Einstellungen, kamen als unabhängige Variable hinsichtlich der Medienselektion ebenfalls vermehrt ins Spiel. Der Begriff der „defensiven Selektivität“ bedeutet eine einstellungsabhängige Medienzuwendung durch die RezipientInnen zur Festigung der eigenen Standpunkte.

Aus diesen Erkenntnissen entwickelte sich der „Uses-and-Gratifications-Ansatz“ bzw. „Nutzen- und Belohnungsansatz“, der die Vorstellung von den starken Medienwirkungen grundlegend relativierte, da der Fokus vom sendenden Medium hin zum handelnden Individuum verschoben wurde. Es dominierte nun die Frage „Was machen die Menschen mit den Medien?“ im Gegensatz zur Frage: „Was machen die Medien mit den Menschen?“ (Katz, 1959, S. 2; vgl. Brosius, 1998; Rubin, 2002). Das mechanistische Stimulus-Response-Modell der Wirkungsforschung wurde spätestens in den 1960er Jahren durch den Uses-and-Gratifications-Ansatz ersetzt bzw. die KommunikatorInnen- durch die RezipientInnenperspektive abgelöst:

> Nach dieser Perspektive wähle das Publikum souverän jene Medieninhalte aus, von denen es sich maximale Gratifikationen verspricht. … Die Bedürfnisse fungieren nur als Verteilungskriterium bei der aktiven Zuweisung von Wirkungschancen durch das Publikum. … Wirksam kann diejenige Medienaussage werden, von der das Publikum hinreichende Gratifikationen erwartet. (Früh, 2001, S. 15)

Durch die Integration des Symbolischen Interaktionismus (Mead, 1968) in die Uses-and-Gratifications-Perspektive wurden im Nutzenansatz die handlungstheoretischen Überlegungen betont. Die Medienselektion wird in ein „interpretatives Handlungskonzept“ (Mehling, 2007, s. 162) integriert (Teichert, 1972, 1973; Renckstorf, 1973, 1989; vgl. Suckfüll, 2004; Bonfadelli, 2004). Die Medienzuwendung wird dabei als eine Form des sozialen Handelns definiert. Handlungstheoretische Ansätze, wie eben der Nutzenansatz, gehen in Abgrenzung zu verhaltenstheoretischen Ansätzen vom Menschen als Subjekt der Kommunikation aus und fragen nach „Zielen und Absichten, nach Sinngebung und Handlungsmotivationen“ (Meyen, 2004, S. 20). Handlungen sind demnach jenes menschliche Verhalten, das von den Handelnden mit einem „subjektiven Sinn“ verbunden ist („soziales Handeln“, Weber, 1972). Die Idee des „aktiven Publikums“ des Nutzenansatzes (vgl. Burkart, 2002, S. 223) bedeutet, dass nicht passiv rezipiert wird, sondern dass Mediennutzung als aktives und zielorientiertes Handeln gesehen wird. Das zielgerichtete Handeln der RezipientInnen hängt mit den individuellen Bedürfnissen zusammen und erschließt sich nicht nur aus Einstellungen oder normativen Erwartungen, sondern – ganz im Sinne der vorliegenden Arbeit – vor allem aus dem Lebenszusammenhang bzw. aus sozialen Interaktionen:

> Grundsätzlich kann das Handeln der Akteure im Alltag als sinnhaft gesehen werden, wobei ihm kein objektiver Sinn zu Grunde liegt, sondern eben ein subjektiv gemeinter Sinn, der für den Akteur nicht rational und bewusst erfassbar sein muss, sondern sich auch aus den Relevanzstrukturen einer Handlungssituation und den darin verkörperten gesellschaftlichen Bedingungen ergeben kann und somit den Handlungen implizit ist. (Mikos, 2004, S. 22)

In Anlehnung an den Symbolischen Interaktionismus sind im Rahmen des Nutzenansatzes Medienprodukte ebenfalls Gegenstände, die von den RezipientInnen bewertet bzw. interpretiert werden, und das im Rahmen der individuellen Bedürfnissituation. Durch Entscheidungen bzw. Handlungen der RezipientInnen werden die Medien und deren Produkte erst Teil der symbolischen Umwelt und Medieninhalte zu individuell interpretierten Botschaften. Die Mediennutzung ist aber nur eine Möglichkeit der Bedürfnisbefriedigung und befindet sich mit anderen Handlungsalternativen in Konkurrenz. Daraus erklären sich kompensatorische Medienfunktionen in Abhängigkeit von Alltagserfahrungen der RezipientInnen. Medien können als Ersatz für real nicht erfüllte Wünsche dienen, aber auch durch die leicht zugängliche Art der Bedürfnisbefriedigung, die Erfüllung von Wünschen in der realen Welt be- oder verhindern. In einer von Medien durchdrungenen Welt bestehen auf jeden Fall fast unendlich viele Möglichkeiten für kompensatorische Bedürfnisbefriedigung durch Medien, wenn andere Möglichkeiten

nicht verfügbar oder unbefriedigend sind (u.a. soziale Interaktion, Freundschaften, Partnerschaften, Liebe, aber auch Durchsetzungskraft oder Erfolg). Im Kontext des Symbolischen Interaktionismus sind Handlungen nicht nur als zielgerichtet und intentional anzusehen, sondern sind grundlegend von „interpretativer Qualität“ (Burkart, 2002, S. 224). Damit ist gemeint, dass der Mensch aufgrund von Erfahrungen, im Rahmen von Handlungszusammenhängen, den „Dingen“ (Gegenständen, Personen, Ereignisse, Situationen etc.) in seiner realen Welt Bedeutungen zuschreibt, also eine symbolische Umwelt erschafft. Gegenstände werden damit zu „sozialen Schöpfungen“ (Blumer, 1973, S. 91). Die Bedeutung der „Dinge“ entsteht erst durch deren Einbeziehung in das Handeln und in der Auseinandersetzung mit anderen Menschen. Gleichzeitig handelt der Mensch auf Basis der Bedeutung der „Dinge“, die er ihnen zuschreibt. Im Sinne des Symbolischen Interaktionismus haben Personen grundsätzlich die Fähigkeit sich im Zuge der Interaktion mit anderen von sich selbst bzw. der eigenen Person zu distanzieren, was Handlungen (im Gegensatz zu Reiz-Reaktionen) gegenüber der Umwelt und deren Objekten ermöglicht. Als Handlungsgrundlage gelten also Bedeutungen, die im Rahmen sozialer Interaktionen entstehen. Diese Bedeutungszuschreibungen sind aber nicht als fixe, abgeschlossene Bewertungen anzusehen, sondern „werden im Rahmen der Auseinandersetzung mit eben diesen Dingen in einem interpretativen Prozeß benützt und auch abgeändert“ (Burkart, 2002, S. 55). Der Nutzenansatz geht damit nicht nur von einer Selektionsentscheidung für oder gegen ein Produkt aus, sondern vor allem von einer Interpretationsaktivität. Es wird postuliert, dass „Rezeption ohne ständige, interpretierende und konstruierende Aktivität des Rezipienten überhaupt nicht möglich ist. In dieser Perspektive ist also Aktivität nicht Selektionsaktivität, sondern Interpretationsaktivität“ (Krotz, 2001, S. 74). Die Bedeutungszuschreibungen – auch den Medien gegenüber – sind als flexible Konstrukte zu verstehen und unterliegen theoretisch permanenten Neubewertungen (Schenk, 2007). Im Sinne der kognitionspsychologischen Emotionstheorien könnte man an dieser Stelle von „reappraisal“ sprechen. Wenn sich Bedeutungen ändern können, dann können sich in weitere Folge auch Emotionen zu Personen, Situationen, Erlebnissen, etc. verändern. Mit der Möglichkeit einer ständigen Neubewertung ist im Konzept des Symbolischen Interaktionismus die grundsätzliche individuelle Bedeutungskonstruktion und die damit verbundene Bandbreite an subjektiver Interpretation entscheidend. Die Grundlage des zielgerichteten Handelns ist die subjektive Wirklichkeit bzw. dessen Sinn erschließt sich nur im Kontext individueller Bedeutungskonstruktionen (Blumer, 1973).

In Summe entfernt sich der Nutzenansatz durch das theoretische Fundament des Symbolischen Interaktionismus klar von der Vorstellung einer Reiz-Reaktions-

Kette der Wirkungsforschung. Das „interpretative Paradigma“ der Rezeptionsforschung geht daher nicht mehr von objektiven Wirkungsqualitäten aus, sondern davon, dass es Medienwirkung „immer nur in der individuell interpretierten Form“ geben kann (Früh, 2001, S. 15). Medienwirkungen sind damit nicht mehr ein kommunikatorInnengesteuertes Produkt, sondern stehen in direkter Abhängigkeit zu den RezipientInnen, deren Zuwendungsentscheidungen und zu deren Interpretationsleistungen auf Basis der Bedeutungszuschreibungen. Selektivität ist dann nicht mehr nur „ein wirkungshemmender Mechanismus“ im Sinne der „defensiven Selektivität“, sondern intentionales Handeln“ (Suckfüll, 2004, S. 41). RezipientInnen sind nach der handlungstheoretischen Perspektive den Medien nicht mehr ausgeliefert. Da im Rahmen der kognitiven Emotionstheorien Emotionen Produkte von subjektiven Bewertungen von Personen, Situationen, Ereignissen und Objekten sind, scheint eine Zusammenführung der Appraisal-Theorien mit dem Nutzenansatz äußerst hilfreich zu sein. Die theoretische Annäherung an das Phänomen der Emotionen in Zusammenhang mit individuellen Bewertungen ist gut in die Grundannahmen des Symbolischen Interaktionismus integrierbar. Auch der Begriff der Handlungstendenzen, als Komponente von Emotionen, ist mit den handlungstheoretischen Annahmen des Nutzenansatzes gut kombinierbar. In beiden Fällen sind Handlungen bzw. Handlungstendenzen mit subjektiven Bewertungen verbunden.

2.1.1 RezipientInnenbedürfnisse und Medienfunktionen

Im Sinne des Nutzen- und Belohnungsansatzes geht man bezüglich der Programmauswahl davon aus, dass die „Zuschauer aufgrund von überdauernden Persönlichkeitsmerkmalen (= ‚traits‘) und/oder momentanen Befindlichkeiten und Bedürfnissen (= ‚states‘) intentional, zielgerichtet und im Vergleich zu alternativen Handlungsoptionen die Entscheidung zur TV-Rezeption treffen“ (Winterhoff-Spurk, 2004, S. 49). Beim Nutzenansatz wird die Aktivität des Publikums also dahingehend interpretiert, dass es aktiv wählt bzw. Inhalte auf Basis der individuellen Bedürfnisse bzw. Motive und den damit verbundenen Erwartungen selektiert. Die Befriedigung der Bedürfnisse der RezipientInnen wird mit den Medienfunktionen gleichgesetzt. Im Endeffekt bedeutet das, dass verschiedene Medieninhalte gleiche oder ähnliche Bedürfnisse und gleiche Medieninhalte ganz verschiedene Bedürfnisse befriedigen können. Die gefundenen Motivklassifikationen sind in Summe heterogen und beschäftigen sich häufig mit singulären Funktionen bzw. Bedürfnissen (vgl. Suckfüll, 2004). Häufig zitierte Forschungsergebnisse betreffen u.a. das Eskapismusbedürfnis (McDonald, 1957; Pearlin, 1959), das Bedürfnis nach (para-) sozialer Interaktion (Horton & Wohl, 1956; Rosengren & Windahl, 1972) oder ein Bedürfnis nach Identitätsbildung (McQuail, 1972; Saxer, Bon-

fadelli & Hättenschwieler, 1980). Die verschiedenen Motive können auch mit verschiedenen Phasen der Medienzuwendung in Verbindung gebracht werden (präkommunikative, kommunikative und postkommunikative Phasen der Medienzuwendung). So kann das Eskapismus-Motiv oder das Kompensationsmotiv für mangelnde soziale Interaktion als präkommunikatives Bedürfnis, Entspannung, Unterhaltung oder Identifikation als kommunikatives Motiv und Informationsgewinn oder weitere soziale Nützlichkeit zu den postkommunikativen Motiven gezählt werden (Schenk, 2007). Bosshart (2006) unterscheidet allgemein drei Hauptkategorien von Bedürfnissen, die durch Massenmedien befriedigt werden können: Neben ästhetischen Bedürfnissen werden psychisch bedingte und sozialpsychologisch bedingte Bedürfnisse angesprochen. Zu den psychisch bedingten Bedürfnissen zählen unter anderem emotionales Erleben, Ablenkung und Eskapismus, Stimulation oder Entspannung. Zu den sozialpsychologisch bedingten Bedürfnissen zählen unter anderem Kontakte, Zugehörigkeit, Integration oder Anerkennung. Diese drei Hauptkategorien können auf die drei zentralen Variablen Abkoppelung (Abwechslung, Entspannung), Aktivierung (Anregung, Spannung) und Stimmung (Freude, Genuss) verdichtet werden (ebenda, S. 18). In Anlehnung an das „Mood-Management“ (Zillmann, 1988a) definiert Bosshart Stimulierung und Entlastung bzw. Spannung und Entspannung als zentrale Funktionen der Massenmedien. Allgemeine Motivkataloge zur Programmauswahl basieren vorrangig auf Korrelationsstudien, die nachweisen, dass Nutzungsmotive mit bestimmten sozialen und psychologischen RezipientInnenmerkmalen zusammenhängen und dass bestimmte Motive mit Präferenzen für bestimmte Medien und Programme einhergehen. (Leffelsen, Mauch & Hannover, 2004; Meyen, 2004; Schenk, 2007; Vitouch, 2007; Roberts & Bachen, 1981; Donsbach, 1989). Kritisch anzumerken ist, dass die Mediennutzungsmotive zumeist durch Befragung erhoben werden und „dass die Respondenten invalide, ex-post facto Rationalisierungen ihrer Mediennutzung vornehmen“ (Schenk, 2007, S. 698). Sozial erwünschte Antworten oder nachträgliche Rationalisierungen des eigenen Medienhandelns verhindern demnach valide Erkenntnisse der Selektionsprozesse.

Schramm und Hasebrink (2004, S. 472) fassen die Ergebnisse der verschiedenen Studien für das Medium Fernsehen im Sinne des Uses-and-Gratifications-Ansatzes zusammen. Die Erkenntnisse beziehen sich auf die in standardisierten Befragungen erhobenen, expliziten Nutzungsmotive des Fernsehkonsums:

- Informationsbedürfnis (Orientierung in der Umwelt, Ratsuche, Neugier, Lernen, Sicherheit durch Wissen)
- Bedürfnis nach persönlicher Identität (Bestärkung persönlicher Werte, Suche nach Verhaltensmodellen, Identifikation mit anderen, Selbstfindung)

- Bedürfnis nach Integration und sozialer Interaktion (Zugehörigkeitsgefühl, Gesprächsstoff, Geselligkeits-/Partner/in/ersatz, Rollenmodell, Kontaktsuche)
- Unterhaltungsbedürfnis (Wirklichkeitsflucht, Ablenkung, Entspannung, kulturelle und ästhetische Erbauung, Zeitfüller, emotionale Entlastung, sexuelle Stimulation)

Bonfadelli (2004, S. 171f.) unterscheidet in einer Bedürfnistypologie in kognitive, affektive, sozial-interaktive und integrativ-habituelle Bedürfnisse:

- Kognitive Bedürfnisse: Resultieren aus den Orientierungs- und Entscheidungsproblemen des Handelnden gegenüber seiner Umwelt und umfassen verschiedendste Subdimensionen wie unspezifische Neugier, Kontrolle der Umwelt, Lernen, Realitätsexplorierung, Wissenserweiterung und Handlungsanweisungen, aber auch Selbsterfahrung gegen innen.
- Affektive Bedürfnisse: Ihnen unterliegen Probleme der individuumszentrierten Stimmungskontrolle wie Entspannung und Rekreation durch Unterhaltung; Ablenkung, Entlastung oder sogar Verdrängung von Umweltanforderungen (Eskapismus); aber auch Spannungssuche und Excitement als Zeitvertreib.
- Sozial-interaktive Bedürfnisse: Basieren auf dem Wunsch nach Geselligkeit und sozialem Kontakt mit und Anerkennung durch andere Menschen. Medien liefern dafür Anlässe und Themen für Gespräche; sie ermöglichen Identifikation mit Medienakteuren; in der parasozialen Interaktion werden Medienakteure wie „normale“ Menschen behandelt.
- Integrativ-habituelle Bedürfnisse: Entstehen aus dem Wunsch nach Vertrauen, Geborgenheit und Sicherheit sowie Stabilität und Wertverstärkung bezüglich verschiedener Referenzgruppen wie Familie, Gemeinde, Freunde, Vaterland etc. Medien ermöglichen dies über habituelle Nutzungsmuster und ritualisierte Inhaltsstrukturen.

Die Typisierung der Bedürfnisse von Bonfadelli ist für die vorliegende Arbeit herausfordernd. Einerseits ist die Trennung von kognitiven und affektiven Bedürfnissen für die Interpretation im Sinne der kognitiven Emotionstheorien schwer möglich, da kognitive Bewertungen Emotionen auslösen oder zumindest beeinflussen (siehe Kapitel „Kognitive Emotionstheorien“). Weiters sind „sozial-interaktive“ und „integrativ-habituelle“ Bedürfnisse kaum von emotionalen Bedürfnissen zu trennen. Z.B. kann bei nicht erfüllten Wünschen in der realen Welt nach sozialer Anerkennung oder nach Vertrauen oder Geborgenheit kompensatorisches Medienverhalten angenommen werden,

das mit intensiven emotionalen Reaktionen einhergeht, also im Endeffekt ein kognitiv formulier- und erklärbares emotionales Bedürfnis darstellt.

2.1.2 Differenzierte Nutzungsperspektive

Eine weitere Differenzierung des Uses-and-Gratifications-Ansatzes erfolgte durch Modelle, die die Erwartungen an die Medien mitberücksichtigen. So unterscheidet beispielsweise der Erwartungs-Bewertungs-Ansatz bzw. das „GS/GO-Modell“ zwischen gesuchten („gratifications sought“) und erhaltenen („gratifications obtained“) Gratifikationen (Palmgreen & Rayburn, 1982; Rayburn & Palmgreen, 1984). Einerseits wird dadurch verdeutlicht, dass Medien nicht unbedingt die erwarteten oder gesuchten Gratifikationen liefern und anderseits, dass erst tatsächlich erhaltene Gratifikationen durch ein Medienangebot zur Verstärkung der positiven Erwartungen bezüglich dieses Medienangebots dienen. Erst bei den Erwartungen entsprechenden Inhalten steigt die Wahrscheinlichkeit, bei zukünftigen Bedürfnissen das gleiche Angebot aufzusuchen. Diese Erwartungen können natürlich das Medium an sich, allerdings auch das spezifische Angebot eines Senders, Kanals oder Sendeplatzes betreffen. Dass es nach den Vorstellungen dieses Erwartungs-Bewertungsmodells zur Gratifikationsdiskrepanz zwischen gesuchten und erhaltenen Gratifikationen während des Rezeptionsprozesses (Doll & Hasebrink, 1989) kommen kann, zeigt sich, „dass die Zuwendung zum TV-Gerät – vom Hinblicken bis zum Abschalten – nicht eine einmal vom Zuschauer getroffene und ‚bis zum Umfallen‘ beibehaltene Entscheidung ist, sondern dass sie die Folge eines kontinuierlichen Bewertungsprozesses im Kontext anderer Handlungsalternativen darstellt“ (Winterhoff-Spurk, 2004, S. 66). Es kommt also zu einem kontinuierlichen Vergleich von erwarteten und erlangten Gratifikationen, der sich auf die momentane wie auf die zukünftige Programmauswahl auswirkt (Schenk, 2007; Perse, 1998; Schenk & Rössler, 1990).

Systematische Differenzierungen der Nutzungsperspektive liefern Modelle der Programmauswahl. So unterscheidet beispielsweise Bilandzic (2005) in verschiedene Programmauswahl- und Rezeptionsstrategien (anhand von telemetrischen Daten bzw. Umschaltprotokollen des GfK-Panels und Inhaltsanalysen der Sendungen) und stellt Zusammenhänge zu gesuchten Medieninhalten her: „Vor allem fiktionale, narrative Formate Film und Serie werden aktiv ausgewählt. Spezifisch für synchrone Auswahl sind die Formate Magazin, Reportage und Shows“ (ebenda, S. 173). Mit „synchroner“ Auswahlstrategie ist das rasch aufeinanderfolgende Umschalten gemeint. Filme und Serien werden „einfach“, also direkt und gezielter ausgewählt. Bilandzic unterteilt fünf Schritte der Informationsverarbeitung, die sich auf Programmauswahl bzw. auf die Auswahlstrategie auswirken können (ebenda, S. 179):

- Erkennen der Fernsehbotschaft (Titel, Genre, Gegenstände, Personen)
- Bewertung
- Erwartung (formal und inhaltlich)
- Exploration (Suche nach weiteren Informationen für besseres Verständnis)
- Assoziationen (persönlich-biografische oder thematische Bezüge zur eigenen Lebenswelt)

Diese „Mikroprozesse“ der Informationsverarbeitung wirken sich auf eine weitere Ebene des „Erlebensmodus“ aus. Mit dieser zweiten Ebene sind „komplexe und spezifische Phänomene der Rezeption“ (ebenda) wie Rezeptionsmodalitäten (Suckfüll, 2004), Involvement (Vorderer, 1992), oder parasoziale Interaktion (Horton & Wohl, 1956) gemeint.

Andere Modelle der Programmauswahl beziehen neben rezipientInnenseitigen Bedürfnissen verstärkt strukturelle Elemente des jeweiligen Mediums mit ein und verschieben damit den Fokus von der RezipientInnenseite wieder etwas zurück zur Angebotsseite. So sind für Webster und Wakshlag (1983) die relevanten Faktoren in ihrem Gesamtmodell der Fernsehprogrammauswahl einerseits strukturelle Faktoren wie Erreichbarkeit der RezipientInnen bzw. Sendeplatz und Vorprogramm, anderseits psychologische Variablen wie Persönlichkeitsmerkmale und Bedürfnisse, allgemeine (Sendungstypen) und spezifische (Einzelsendungen), Programmtyppräferenzen, Gruppeneinflüsse und Informiertheit über das Programmangebot. Damit werden die Bedürfnisse in den Angebotskontext gestellt und verdeutlichen, dass das Publikum nur aus angebotenen Medieninhalten wählen kann. Damit wird die Selektionsaktivität, nicht aber die Interpretationsaktivität des Publikums strukturell eingeschränkt.

2.1.3 Involvement

Im Sinne des Nutzenansatzes beschränkt sich die Aktivität des Publikums nicht nur auf die Auswahl eines bestimmten Mediums bzw. eines Inhaltes, sondern umfasst im Sinne des Symbolischen Interaktionismus (siehe oben) auch die Steuerung der Aufmerksamkeit, der Erinnerungsleistung oder des „Involvements“ auf Basis der Bedeutungskonstruktionen bzw. -zuweisungen durch das Publikum (Hasebrink & Krotz, 1991; vgl. Meyen, 2004). Grundsätzlich ist mit „Involvement“ während der Medienrezeption „der Grad der inneren Beteiligung gemeint, mit der die Mediennutzer/innen ein Medienangebot verfolgen“ (Schramm & Hasebrink, 2004, S. 477). Hinsichtlich des Grades des Involvements werden verschiedene Aspekte untersucht bzw. verantwortlich gemacht: Erregungsgrad, Aufmerksamkeit, Interesse an dargestellten Themen, Intensität der Informationsverarbeitung, Verbindung von Medieninhalten und persönli-

chen Erfahrungen, Einstellungen und Werte der RezipientInnen. Perse (1990a) unterteilt in kognitives („active information processing”) und affektives („internal feelings”) Involvement. Stärkere Nutzungsmotive führen zu gesteigerter Aufmerksamkeit und kognitiver Verarbeitung und zu intensiven emotionalen Reaktionen, also zu hohem Involvement. Hohes Involvement ist grundsätzlich eher bei instrumenteller, absichtsvoller, selektiver Mediennutzung anzutreffen, niedriges Involvement eher bei ritualisierter bzw. bei habitualisierter Mediennutzung (Donnerstag, 1996). Am Beispiel von Nachrichtensendungen zeigt Perse (1990b), dass hohe persönliche Betroffenheit von Medieninhalten den Auswahlprozess, die kognitive Aktivität und die affektiven Wirkungen der Medieninhalte bei den RezipientInnen beeinflusst. Grundsätzlich kann in kognitive, affektive und konative Komponenten des Involvements unterschieden werden, wobei die Konzepte des affektiven Involvements und der parasozialen Interaktion (siehe Kapitel „Parasoziale Interaktion“) Ähnlichkeiten aufweisen und das subjektive (affektive) Erleben im Gegensatz zur (kognitiven) Informationsverarbeitung in den Mittelpunkt der Überlegungen stellen (Wirth, 2006).

> Involvement, then, could be defined as the intense engagement with an object, comprised of cognitive, affective, and conative components, as well as of a temporal structure. In the communicative phase, involvement could be conceptualized as an intensive process of either approaching (positive involvement) or distracting (negative involvement) an object or event. (Wirth, 2006, S. 209)

Auch Donnerstag (1996) versucht über das „Involvement“-Konzept die Zuwendung zu bestimmten Medieninhalten zu erklären: „Der Rezipient entwickelt aufgrund unterschiedlichen Involvements hinsichtlich der Themen verschiedenartige Aktivitäten. Involvement wird hier so verstanden, dass Rezipienten persönliche und psychologische Verbindungen zwischen der eigenen Person und dem Medieninhalt herstellen“ (Donnerstag, 1996, S. 235). Im Sinne der „Mediennutzung“ wird Kommunikation als ein Prozess verstanden, der in eine präkommunikative (Medienauswahl), kommunikative (Medienrezeption) und postkommunikative Phase (Medienaneignung) unterteilt werden kann (Hasebrink, 2003). Das Involvement-Konzept kann daher auch über den eigentlichen Rezeptionsprozess hinaus angewendet werden: Aufbauend auf dem Symbolischen Interaktionismus differenzieren Levy und Windahl (1984) drei qualitative Orientierungen der Publikums-Aktivität, die prozesshaft auf die präkommunikative, kommunikative und postkommunikative Phase angewendet werden können: Die Selektivität („präexposure-selectivity“) wird als die Suche nach, zu den Gratifikationen passenden Medieninhalten, verstanden. Dabei spielen Erwartungen und Erfahrungen mit vergan-

genen Medienangeboten eine entscheidende Rolle. Während der Rezeption wird die Aufmerksamkeit bzw. die selektive Wahrnehmung gesteuert. Nach der Rezeption kommt es zu selektiver Erinnerung. Das Involvement, das sich grundsätzlich auf die individuelle Bedeutung der Inhalte und damit auf kognitive und (im Sinne der kognitiven Emotionstheorien natürlich auch auf) affektive Aspekte bezieht, wird dabei ebenso auf die drei Kommunikationsphasen angewendet: „Präexposure-involvement“ steht vor allem mit den Erwartungen an die Rezeption in Verbindung, während das Ausmaß an Involvement während der Kommunikation mit erhöhter Intensität, Aufmerksamkeit und Bewusstheit einhergeht. „Postexposure-involvement“ bezieht sich auf Aktivitäten nach der Rezeption wie weitere Beschäftigung mit den Inhalten, längerfristiger Identifikation mit Inhalten, Personen oder Aussagen. Ebenso kann die Nützlichkeit den Phasen vor, während und nach der eigentlichen Rezeption zugeordnet werden. Der kognitive oder affektive Nutzen, der durch die Medienzuwendung für die RezipientInnen entsteht, kann sich natürlich auch schon vor oder auch nach der Rezeption einstellen (Bedeutung für das eigenen Leben, soziale Kontakte, Meinungsführerschaft, interpersonale Kommunikation etc.). Der Grad des „Involvements“ kann auch als variabler Effekt der Anteilnahme verstanden werden, der von den RezipientInnen u.a. im Sinne von Coping-Strategie gesteuert werden kann (Schmidt-Atzert, 1996, S. 45ff.).

Einen umfassenden Zugang zum Phänomen „Involvement“ bieten Mikos & Eichner (2006) am Beispiel „Herr der Ringe“ (3. Teil der Film-Trilogie „Die Rückkehr des Königs“), bei dem Involvement in Abhängigkeit von inhaltlichen (Narration, Erzählstruktur) und formalen Faktoren (Action, Spezialeffekte, Schnitt), den parasozialen Beziehungen zu den Filmfiguren und von außerfilmischen Faktoren („präfigurative Wissen“ durch literarische Vorlage, Marketing, Filmkritiken, Internetforen, Merchandising) ebenso wie die Zugehörigkeit zu bestimmten Zielgruppen (Fangruppen, Generationen, Geschlecht, soziokultureller Kontext) dargestellt wird.

2.1.4 Eskapismus und Realität

Die häufige Unterscheidung im Kontext der bedürfnisorientierten Publikumsforschung in eskapistische und realitätsorientierte Inhalte wird im Laufe der vorliegenden Arbeit differenziert bearbeitet und relativiert. Der typische eskapistische Inhalt lässt sich demnach wie folgt charakterisieren (Schenk, 2007, S. 683): „(1) Er lädt den Zuschauer ein, seine wirklichen Probleme zu vergessen, (2) sich passiv zu entspannen, (3) erzeugt Emotionen, (4) lenkt ab von den Normen und Regeln der Realität, (5) bietet Vergnügen und stellvertretende Erfüllung von Wünschen.“ Der typische realitätsorientierte Inhalt lässt sich hingegen so beschreiben, „dass sie (1) den Zuschauer auf die Probleme der Realität aufmerksam machen, (2) an seine Aktivität und Wachheit appellieren,

(3) zum Denken anregen, (4) realistisches Material anbieten und realistische Situationen darstellen, (5) Einsicht in Probleme bieten." Aus Sicht der vorliegenden Arbeit soll diese Unterscheidung in eskapistische und realitätsorientierten Inhalte differenzierter behandelt werden, da die Rolle der Emotionen als Bindeglied zwischen realer Lebenssituation und gesuchten Medieninhalten herausgearbeitet werden soll. Auf den Zusammenhang von Emotionen, alltäglichen Anforderungen und Medienzuwendung weist Hediger (2006) hin:

> Ich setze mich einer kontrollierten Situation aus, in der ich mit einer koordinierten Vielfalt von körperlichen und kognitiven Stimuli konfrontiert bin, auf die ich in bestimmter Weise reagieren werde, unter anderem, in dem ich Emotionen entwickle: Angst vor, Mitgefühl mit, Freude über, etc. Auch wenn diese Emotionen in der Regel fiktive Figuren betreffen, scheinen es doch unter anderem meine eigenen Anliegen zu sein, die ich verhandle, wenn ich ins Kino gehe. Ich fliehe also nicht vor meinen Alltagssorgen ins Kino, sondern setzte mich im Angesicht der Leinwand mit mir selbst auseinander. (S. 49)

Dass Medienkonsum nicht einfach in eskapistische und realitätsorientierte Inhalte bzw. damit einhergehende Nutzungsmotive eingeteilt werden kann, verdeutlichen auch Untersuchungen, in denen der Realitätsbezug (und damit auch der Involvement-Grad bzw. die Zuwendungsattraktivität) als Selektionsfaktor relevant ist. So identifiziert Kepplinger & Tullius (1995) den Realitätsbezug als Erfolgsfaktor für TV-Serien (Familienserie und Krimiserie). Offensichtlich kann es ein Nutzungsgrund sein, wenn Serien es den RezipientInnen ermöglichen, Bezüge zwischen Medienwelt und eigenen Erfahrungen herzustellen bzw. von Interpretationen der eigenen Lebenssituation. So kann auf spielerische Weise eine Auseinandersetzung mit dem eigenen Alltag zum Nutzungsmotiv werden. Wolling (2004) untersuchte u.a. ebenfalls den Realitätsbezug von TV-Serien als Zuwendungsgrund. Neben den Dimensionen Machart, Geschichte und Konfliktbearbeitung wurden die Erwartungen und Wahrnehmungen hinsichtlich der Authentizität, Identifikationsmöglichkeiten und Transzendenz der eigenen Erfahrungen der Dimension Realitätsbezug zugeordnet und als Nutzungsmotiv identifiziert. Die verschiedenen Erwartungen wurden von unterschiedlichen Serien unterschiedlich erfüllt. So ist beispielsweise bei „Guten Zeiten – Schlechte Zeiten" der Realitätsbezug wichtiger Zuwendungsgrund, hingegen bei „Lindenstraße" die Erwartung an harmonische Konstellationen bzw. die Dimension Konflikterwartung entscheidender. Auch Vitouch (2007) stellt eine Verbindung zwischen lebensweltlichen Erfahrungen und der Mediennutzung her. Im Gegensatz zu allgemeinen Motivkatalogen geht Vitouch dabei von Bedürfnissen aus, die aus Defiziten bzw. aus dem „Drang nach Kompensation entste-

hen“ (S. 39). Damit sind vor allem die Konzepte „Kontrollverlust“ und „Angstabwehr“ gemeint. Häufige negative Sozialisations- bzw. Lernerfahrungen im Sinne von Kontrollverlust oder Hilflosigkeitserfahrungen können zur Selektion von bestimmten Medieninhalten führen.

2.1.5 Kernaussagen des Nutzen- und Belohnungsansatzes

Die Medienzuwendung basiert auf der Bedeutung der Medien und deren Inhalte für die RezipientInnen. Die davon abgeleiteten Erwartungen betreffen die Einschätzungen der RezipientInnen, inwieweit ihre Bedürfnisse durch die Zuwendung zu bestimmten Programmen befriedigt werden. Die verschiedenen Medienangebote konkurrieren dabei untereinander, aber – wie oben dargestellt – auch mit anderen (nicht medial vermittelten) Möglichkeiten der Bedürfnisbefriedigung. Daher kann der Nutzen- und Belohnungsansatz im Wesentlichen als eine psychologische Perspektive der Mediennutzung angesehen werden: „Uses and gratifications, then, is a psychological communication perspective. … The psychological perspective stresses individual use and choice.“ (Rubin, 2002, S. 526) Zusammengefasst sind die wesentlichen Annahmen des Nutzen- und Belohnungsansatzes (ebenda, S. 528f.):

- Die Auswahl und die Nutzung der Medien sind zielgerichtet und motiviert. Die Menschen wählen die Medien und den Inhalt. Dieses Verhalten ist funktional und hat Konsequenzen für die Individuen und für die Gesellschaft.
- Die Menschen nutzen die Medien in Abhängigkeit von ihren Bedürfnissen und Wünschen. Die Mediennutzung kann sich auf Bedürfnisse beziehen, aber auch auf Interessen wie Informationssuche, um persönliche Probleme zu lösen.
- Soziale und psychologische Faktoren wie Prädispositionen, soziale Umwelt und interpersonelle Interaktionen beeinflussen das Kommunikationsverhalten.
- Die Medien konkurrieren mit anderen Kommunikationsformen bzw. anderen funktionalen Alternativen wie interpersonaler Interaktion.
- Die Individuen sind typischerweise einflussreicher als die Medien im Kommunikationsprozess, allerdings nicht immer.

2.1.6 Kritik am Nutzen- und Belohnungsansatz

Die Kritik am Nutzen- und Belohnungsansatz ist vielfältig und die verschiedenen AutorInnen fokussieren auf unterschiedliche Argumente. Die folgende Zusammenfassung bezieht sich auf Überblicksarbeiten von Suckfüll (2004), Lindner-Braun (2007), Bonfadelli (2004) und Burkart (2002). Grundlegend wird eine gewisse Theorieschwäche geortet (u.a. Merten, 1984), da häufig weder explizite Einstellungs- noch Hand-

lungstheorien als Basis dienen. Damit einhergehend ist die Kritik an tautologischen Beziehungen der Erklärungsversuche (Einstellungen, Affinitäten, Lebensstile, Interessen, Involvement etc.). Weiters wird die mangelnde Definition und Abgrenzung der Begriffe zueinander (Bedürfnisse, Motive, Gratifikationen) und die damit einhergehende Schwierigkeit der Operationalisierung kritisiert. Vor allem hinsichtlich der häufig angewendeten Erhebungsmethode der Befragung wird kritisiert, dass sich RezipientInnen ihrer Motive nicht immer bewusst sind und daher auch nicht unbedingt direkt darüber Auskunft geben können. Am Beispiel des Mood-Managements folgern Leffelsend, Mauch & Hannover (2004), dass mit einer expliziten, direkten Erfassung der Mediennutzungsmotive nicht alle relevanten Aspekte aufgedeckt werden können. „Die Nutzung von Medien geschieht also oft nicht auf Grundlage durchdachter und bewusst zugänglicher Motive, sondern erfolgt gewohnheitsmäßig oder ist an impliziten, unbewussten Bedürfnissen orientiert, die sich aus der sozialen und psychologischen Situation entwickeln“ (ebenda, S. 54). In diesem Zusammenhang ist die Erhebung von Motiven durch standardisierte Fragebögen (siehe oben) zu hinterfragen. Rationalisierungen und sozial erwünschte Antworten sind ein Hindernis zur Erforschung der RezipientInnenbedürfnisse (Suckfüll, 2004). Grundlegend wird auch die Annahme der Publikumsaktivität hinterfragt. Die Medienzuwendung ist nicht immer zielorientiert, instrumentell und selbstbestimmt. Auch wird darauf verwiesen, dass die habitualisierte Medienrezeption gerade beim Fernsehen eine große Rolle spielt (Rubin, 1984; Mehling, 2001). Ebenso wird durch die Vorstellung der aktiven Rolle der RezipientInnen die Angebotsstruktur der Medien vernachlässigt, also die KommunikatorInnenseite zu wenig berücksichtigt. Daher muss sich der Nutzen- und Belohnungsansatz eine gewisse Medien- oder Inhaltsvergessenheit vorwerfen lassen, da häufig die eigentlichen Inhalte zu wenig berücksichtigt werden (Suckfüll, 2004). Ein Mangel an allgemeinen, konsistenten, theoriegeleiteten Motivkatalogen wird kritisiert (Schramm & Hasebrink, 2004). Weiters werden theoretisch inkompatible Gratifikationen (Gewohnheiten und Emotionen) und unterschiedliche Untersuchungsebenen von gesuchten und erhaltenen Gratifikationen in Frage gestellt (Lindner-Braun, 2007). Ein weiterer Kritikpunkt ist die Ausrichtung des Nutzenansatzes innerhalb der Kommunikationswissenschaften auf die psychologische Sichtweise bzw. auf die individuelle Mikroebene, die durch die Konkurrenzsituation zur Soziologie, durch begrenzte Ressourcen der Kommunikationswissenschaften und durch die Nähe zur Psychologie erklärt werden kann (Meyen, 2004). Schließlich gibt es noch einen „Konservatismus“-Vorwurf (Bonfadelli, 2004), da der Nutzen- und Belohnungsansatz zur Rechtfertigung des bestehenden Medienangebotes dienen kann: Das Publikum bekommt das, was es selektiert. Im weitesten Sinn legitimiert damit der Nutzenansatz jeglichen konsumierten Medieninhalt (Bonfadelli, 2004). Die Kritik am Uses

and Gratifications-Ansatz kann wie folgt zusammengefasst werden (Meyen, 2004, S. 17):

- Theorieschwäche (Fehlen einer übergreifenden Theorie der Mediennutzung),
- methodisches Herangehen (häufiger Einsatz von Befragung, verzerrte Ergebnisse),
- Handlungskonzept (nicht immer intentionales, rationales Handeln, auch impulsiv oder habituell),
- Einseitigkeit (Fokus auf RezipientInnen, dadurch häufige Vernachlässigung der Medieninhalte und des gesellschaftlichen Umfeldes),
- instrumentelle Perspektive (kulturelle Handlungen können ihren Sinn auch in sich selbst haben, Ziele außerhalb der Handlung nicht notwendig) und
- medienpolitische Bedenken (Rechtfertigung aller Inhalte auf Grund der RezipientInnenbedürfnisse).

2.1.7 Verbindung von Nutzungs- und Wirkungsperspektive

Die Einbeziehung der Handlungstheorien und des Symbolischen Interaktionismus in die Konzeption des Uses-and-Gratifications-Ansatzes verdeutlichen die komplexen, prozesshaften Zusammenhänge zwischen Medienzuwendung und Medienwirkung. Der „dynamisch-transaktionale Ansatz“ kann als eine Kombination der KommunikatorInnen- mit der RezipientInnenperspektive und mit den Kontextbedingungen angesehen werden (Früh, 2001). Ein prozesshafter Wirkbegriff rückt damit in den Mittelpunkt, der die strikte Trennung zwischen unabhängiger und abhängiger Variablen aufhebt. Die Einbettung des Wirkungszusammenhangs in den relevanten Kontext ermöglicht eine Gruppierung von beteiligten Variablen zu „kohärenten ‚Klumpen‘, ‚Syndromen‘ bzw. ‚Gestalten‘“ (ebenda, S. 21). Für das dynamisch-transaktionale Modell von Früh und Schönbach (1982) bzw. Früh (1991) sind Medienwirkungen Resultat von wechselseitigen, gleichzeitigen Wirkfaktoren, von Eigenschaften des Mediums, der RezipientInnen und der Situation. Verschiedene Wirkursachen beeinflussen einander gegenseitig, was als „Transaktion“ bezeichnet wird (Früh et al., 1982). Monokausale Wirkbeziehungen schließt der dynamisch-transaktionale Ansatz aus. Medienstimuli haben demnach keinen objektiven Charakter und hängen unter anderem von Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozessen der RezipientInnen ab. Medien und deren Inhalte können unterschiedlich interpretiert werden und folgedessen unterschiedlich wirken. Die Dynamik bezieht sich darauf, dass nicht nur am Ende einer Rezeptionssituation Wirkungen entstehen, sondern, dass auch während der Rezeption, aber auch nach der Rezeption laufend Bedeutungszusammenhänge rekonstruiert und verändert werden. Wesentlich ist, dass die gleichen Botschaften während und nach der Rezepti-

on unterschiedlich interpretiert werden können. Dabei spielen Rekonstruktions- bzw. Konstruktionsprozesse auf Medien- und RezipientInnenseite eine Rolle: „Die Medien vermitteln demnach nicht nur auf neutrale Weise Botschaften, sondern konstruieren in Abhängigkeit von diversen Faktoren innerhalb der Medienorganisation bestimmte Bilder der Realität. In Interaktion mit den von den Medien gelieferten Konstruktionen und beeinflusst durch das soziale Umfeld konstruiere wiederum das Publikum seine eigene Vorstellung von der sozialen Wirklichkeit“ (Kunczik & Zipfel, 2006, S. 83). Der dynamisch-transaktionale Ansatz relativiert die Idee vom aktiven Publikum des Nutzen- und Belohnungsansatzes. Die RezipientInnen nehmen eine aktive, wie eine passive Rolle ein und es kommt zu permanenten Interaktionen einerseits zwischen Botschaft und RezipientInnen (Inter-Transaktionen) und andererseits zu Interaktionen im kognitiven System der RezipientInnen selbst (Intra-Transaktionen). „Aktivation“, Wissen, Medieninhalt und Nutzungsperspektive interagierten miteinander. Die Medienzuwendung kann das „Aktivationsniveau“ bzw. das Interesses an einem Thema aufgrund der Medienbotschaft steigern, was sich wiederum auf Realitätskonstruktionen und auf die weitere Mediennutzung auswirken kann. Der dynamisch-transaktionale Ansatz lässt sich in die gängige Medienpraxis gut einordnen: Medienunternehmen und Produzenten sind an hoher Publikumsakzeptanz ihrer Produkte interessiert und beobachten Einschaltquoten oder Kinozahlen zur permanenten Anpassung der Produkte an die angenommenen Publikumsbedürfnisse (im Sinne des Nutzenansatzes). Die Quotenanalyse und andere Feed-Back-Formen (Kundendienst, Beschwerden, Lob), sowie persönliche Vorstellungen von erfolgreichen Produkten (in Abhängigkeit von Interaktion im beruflichen wie im privaten Bereich), Ausbildung und Erfahrung der MedienmitarbeiterInnen, führen in Summe auf der Medienseite zu Vorstellungen über die Erwartungen der RezipientInnen über das Programm. Die wechselseitige Beziehung zwischen institutionalisierten Medien und RezipientInnen findet selten auf der Face-to-Face-Ebene statt (vgl. Jäckel, 2008). Die jeweilige Vorstellung der Kommunikationspartner voneinander wird viel eher über „Para-Feedback“ gebildet (Schönbach & Früh, 1991, S. 53). Das Publikum bildet seinerseits Erwartungen an den Sender, an den Kanal bzw. an die einzelnen Sendungen, Sendeplätze, ModeratorInnen etc. aus. Diese Erwartungen sind Ausgangspunkt für die Bewertungen der Medienprodukte und beeinflussen folglich die weitere Medienzuwendung. Aus diesem Medienhandeln – wenn es durch interpretierbare Muster gekennzeichnet ist – wird wiederum medienseitig auf die Bedürfnisse der RezipientInnen geschlossen, um zukünftige Produktionen entsprechend der Annahmen über die Publikumsvorlieben zu optimieren.

Neben dem dynamisch-transaktionalen Modell gibt es weitere Ansätze, die die Wirkungsforschung mit der RezipientInnenseite in Beziehung setzten. Hierzu zählen

der „Rezipienten-orientierte Ansatz“ bei dem die beiden Grundfragen der Wirkungsforschung und des Nutzen- und Belohnungsansatzes miteinander verbunden werden. „Es geht also sowohl um die Frage, ‚Was macht der Mensch mit den Medien?‘ wie um die Frage ‚Was machen die Medien mit den Menschen?‘ Beide Seiten gilt es gleichberechtigt zu erfassen“ (Sturm, 2000. S. 32). Grundlage des Modells sind auf der RezipientInnenseite Informationsverarbeitungsprozesse und entwicklungspsychologische Theorien, und auf der Medienseite vor allem formale Angebotsweisen. Eine der Hauptaussagen der Arbeiten zur „fehlenden Halbsekunde“ (Sturm, 1984, siehe Kapitel „Fehlende Halbsekunde und Wissensillusion“) ist eine Emotionalisierung auf Seite der RezipientInnen durch die medienspezifische, rasche Angebotsweise des Fernsehens.

Ebenso versucht der Ansatz „Rezeptionsstrategie“ bzw. „Rezeptionsmodalitäten“ (Suckfüll, 2004; Scherer, Baumann & Schlütz, 2005; Hasebrink & Paus-Hasebrink, 2005) als Rahmentheorie die Medienrezeptions- und die Medienwirkungsforschung zu verbinden, der u.a. auf dem dynamisch-transaktionalen Ansatz und der strukturanalytischen Rezeptionsforschung (Neumann & Charlton, 1988) aufbaut. Rezeption wird dabei beschrieben als interaktivem „Vermittlungsprozess zwischen Medienangebot und bereits vorhandenem Wissen der Rezipienten, der von wechselseitig ablaufenden kognitiven und emotionalen Kontrollprozessen begleitet wird und sozial gebunden ist“ (Woelke & Paus-Hasebrink, 2005, S. 16). Diese Ansätze differenzieren den Rezeptionsprozess durch die Unterscheidung verschiedener interindividueller Formen der Mediennutzung und -rezeption, welche die Wahrnehmungs- und Verarbeitungs- und damit Wirkprozesse beeinflussen.

Im Endeffekt führen die unter der Bezeichnung „uses-and-effects-approaches“ subsummierten Ansätze die Wirkungsforschung mit der Nutzungsperspektive zusammen. Dabei wird angenommen, dass die potenziellen Wirkungen der Medien durch das RezipientInnenverhalten, bzw. durch RezipientInnenvariablen (Persönlichkeit, soziales Umfeld, Bedürfnisse, etc.) beeinflusst werden (Rubin, 2002). „Die Trennung zwischen Nutzung und Wirkung von Medien erscheint zwar plausibel, tatsächlich ist jedoch von einer wechselseitigen Beeinflussung beider Komponenten auszugehen. So bestimmen Nutzungsgewohnheiten mit, wie bestimmte Medien(inhalte) wirken. Und gleichzeitig verändern die Medienwirkungen ihrerseits die Mediennutzung. Die beiden Fragestellungen repräsentieren somit eher unterschiedliche Perspektiven auf denselben Gegenstand als klar voneinander zu trennende Forschungsbereiche“ (Leffelsend, Mauch & Hannover, 2004, S. 66).

Modelle wie der dynamisch-transaktionale Ansatz verdeutlichen die Komplexität der ineinandergreifenden Systeme und die vielfältigen Interdependenzen zwischen Medien, Produzenten und RezipientInnen. Die modellhafte Abbildung kommt der Reali-

tät wahrscheinlich relativ nahe, allerdings sind mit der hohen Komplexität des Modells weitreichende Operationalisierungsprobleme verbunden (vgl. Jäckel, 2008). Demzufolge kann der Nutzen- und Belohnungsansatz als Teil eines übergeordneten dynamisch-transaktionalen Modells und perspektivisch als Fokussierung auf einen Ausschnitt des Kommunikationsprozesses zum Zweck der klaren Operationalisierung und Analyse weiterhin gut dienen.

2.1.8 Zusammenfassung und Implikationen

Der Nutzenansatz geht von einem aktiven Publikum aus, das sich sein Programm aufgrund von unterschiedlichen Bedürfnissen sucht. Die Medienselektion ist demnach intentionales Handeln. Die Medienzuwendung ist aber nur eine von vielen Handlungsalternativen. Die verschiedenen Bedürfniskataloge sind heterogen und emotionale Aspekte sind dabei häufig nicht klar von anderen Bedürfnisdimensionen abgegrenzt. Vor allem die Trennung von kognitiven und emotionalen Bedürfnissen ist bei genauerer Betrachtung kaum aufrechtzuerhalten. Ebenso wenig sinnvoll erscheint die Trennung von eskapistischen und realitätsbezogenen Medieninhalten bzw. Nutzungsmotiven, da auch fiktionale oder vordergründig der Entspannung dienende Programme auf spielerische Weise zur Auseinandersetzung mit dem eigenen Alltag, also den eigenen realen Anforderungen, genützt werden können. Persönlich-biografische oder thematische Bezüge zur eigenen Lebenswelt können daher Selektionsmotiv sein. Eine hohe persönliche Betroffenheit (Involvement) kann die Zuwendung zu bestimmten Programmen fördern. Medien können auch zur Kompensation von sozialen Bedürfnissen (aus der realen Lebenswelt) selektiert werden (Parasoziale Interaktion). Grundsätzlich werden die Medieninhalte von den RezipientInnen symbolisch genützt und aus deren Bezugsrahmen heraus interpretiert. Die sinnvolle Mediennutzung ergibt sich aus dem subjektiven Sinn der RezipientInnen. Aus unterschiedlichen Bezugsrahmen entspringen unterschiedliche Bedeutungen der Medieninhalte für unterschiedliche Individuen. Die Medieninhalte unterliegen grundsätzlich ständiger Neubewertungen durch das Publikum, die das Selektionsverhalten beeinflussen. Es gibt verschiedene Programmauswahlstrategien, zur Analyse von intentional, aktiv gewähltem Programm dienen vor allem fiktionale Inhalte (Serien- und Spielfilme). Der Aktivität des Publikums sind strukturelle Grenzen gesetzt, da, trotz aller Programmvielfalt, meist nur ein begrenztes Angebot zur Auswahl steht.

Die Verbindung von Nutzenansatz und kognitiven Emotionstheorien erscheint nutzbringend, da beide Theoriefamilien subjektive Bedeutungszuschreibungen betonen (beim Nutzenansatz auf die Medien bezogen, bei den kognitiven Emotionstheorien allgemein auf die gesamte Lebenswelt bezogen). Der Nutzen- und Belohnungsansatz

kann als sinnvolle Fokussierung auf einen Ausschnitt der Realität interpretiert werden, vernachlässigt aber die Komplexität des Massenkommunikationsprozesses im Sinne von interaktiven Nutzungs- und Wirkbedingungen.

2.2 Medienhandeln und Alltag

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit der Frage, welche Konzepte die Medienpsychologie und die Kommunikationswissenschaften anzubieten haben, um den Zusammenhang zwischen Medienhandeln und Alltag zu erforschen. Schenk (2007, S. 653) weist darauf hin, dass es relativ wenig empirische Studien gibt, die im Sinne des interpretativen Paradigmas den Massenkommunikationsprozess bzw. aktives (soziales) Medienhandeln „im Kontext des gesamten Alltagshandelns“ untersucht und verweist beispielhaft auf Teichert (1973), Hunziker (1976), Vorderer (1992), Charlton & Neumann-Braun (1992), Renckstorf & Wester (2001) und Krotz (1996). Die meisten empirischen Untersuchungen zum Nutzenansatz fokussieren auf die rasch erhebbaren Nutzungsmotive (durch Befragung, siehe oben). Wenig wird dabei auf die vertiefenden Möglichkeiten, die der Symbolische Interaktionismus bietet, eingegangen. Die vorliegende Arbeit versucht, die subjektiven Bedeutungen der Medieninhalte in den Mittelpunkt der Betrachtungen zu stellen und nicht singuläre Bedürfnisse oder allgemeine, undifferenzierte Motivkataloge zur Mediennutzung zu erstellen.

2.2.1 Strukturanalytische Rezeptionsforschung

Die so genannte „strukturanalytische Rezeptionsforschung“ (Charlton & Neumann, 1986, 1990a; Neumann & Charlton, 1989, 1990; Neumann-Braun, 2005) bzw. Arbeiten zum „praktischen Sinn“ (Weiß, 1999, 2001) gehen vom individuellen Hauptinteresse der Bewältigung des Alltags und mit den damit verbundenen Anforderungen aus. Im Rahmen der strukturanalytischen Rezeptionsforschung werden RezipientInnen vor allem als Menschen gesehen, „die ihr Leben zu bewältigen und ihre Identität zu bilden haben, wozu sie sich – unter anderem – der Medien bedienen“ (Schramm & Hasebrink, 2004, S. 480). Als Basis dienen subjekt-, handlungs-und interaktionstheoretische Elemente, die die Rezeption von Medien „als kontextuell gebundenes soziales Handeln mit identitätsstiftender Relevanz konzeptualisieren“ (Neumann et al., 1990, S. 31). Ausgehend von der Theorie des kommunikativen Handelns von Habermas (1981), gehen Charlton et al. (1990a) von drei „Weltbezügen“ jedes Kommunikationsprozesses aus: die Bedeutung des Mitgeteilten bezüglich der objektiven Welt der Dinge (Sachauseinandersetzung), bezüglich der Welt der sozialen Normen (Sozialauseinandersetzung) und bezüglich der Subjektivität der SprecherInnen (Selbstaus-

einandersetzung). Diese drei „Weltbezüge“ werden von Charlton et al. (1990a, S. 37) mit der Theorie der kognitiven Entwicklung von Piaget, mit der Theorie der sozialen Entwicklung in der Tradition von Mead und Kohlberg und der Theorie der Ich-Entwicklung als handlungs- und subjekttheoretische Weiterentwicklung der Psychoanalyse Freuds assoziiert. Das strukturanalytische Modell integriert die Bedürfnisse der RezipientInnen im Sinne des Uses-and-Gratifications-Ansatzes aber auch in übergeordnete Struktur- und Prozesselemente der Medienrezeption. Zu den Strukturelementen der Medienrezeption zählen (Neumann et al., 1990 S. 32):

1) Kulturelles Sinnsystem (Ökonomie und Kultur, Medienproduktionssystem, Sinnstruktur des Medienangebots),
2) sozialer Kontext (Interaktionsfelder, aktuelle Rezeptionssituation) und
3) Subjektstrukturen (Bedürfnisstruktur und kognitive Kompetenz unter besonderer Berücksichtigung von Entwicklungsstand und -aufgaben sowie Abwehr- und Bewältigungsprozessen).

Für Charlton et al. ist der Medienkonsum selektiv und intentional, allerdings nicht ohne strukturelle Einschränkungen nutzbar: „Wir verstehen den Menschen, der Medien benutzt, als eine Person, die sich in gewissen Grenzen selbst dafür entscheiden kann, welche Medieninformation sie gebrauchen will, und die den Medienkonsum in den Dienst der Bewältigung ihres Alltags stellt“ (1986, S. 8). Damit können theoretische Bezüge zum Nutzenansatz und dynamisch-transaktionalen Modell hergestellt werden. Die intentionale Selektivität des Nutzenansatzes wird mit den strukturellen Limitierungen, wie sie auch im dynamisch-transaktionalen Ansatz angenommen werden, kombiniert: „Den Strukturbegriff verwenden wir, weil er nach unserer Auffassung am besten die Spannung zwischen der Autonomie des menschlichen Handelns und der Beschränkung dieser Handlungsfreiheit durch Rahmenbedingungen ausdrückt. Menschliche Handlungen sind nicht beliebig und zufällig, sondern sie folgen konventionellen Regeln und strukturellen, teilweise sachlogischen, teilweise naturgesetzlichen, Implikationen und Bedingungen“ (ebenda., S. 11). In Summe versucht die strukturanalytische Rezeptionsforschung, „den Rezeptionsprozeß aus den strukturellen Bedingungen der Situation heraus, in der sich der Rezipient befindet, rational zu erklären“ (ebenda. S. 12). Neumann-Braun (2005) unterscheidet die strukturellen Aspekten auch in äußere (allgemeine gesellschaftlich-kulturelle Gegebenheiten und konkrete Interaktionserfahrungen innerhalb der Rezeptionssituation) und innere (kognitive Kompetenz, Wissensstand und Bedürfnisstruktur) Rahmenbedingungen. Die inneren Rahmenbedingungen werden dabei von sozial-, entwicklungs- und tiefenpsychologischen sowie

lebenslauf- und biographie-orientierten Theorien abgeleitet (ebenda, 2005). Zu den Prozesselementen der Medienrezeption zählen (Neumann et al., 1990, S. 32):

> 1) In der Vorbereitungsphase:
> Entwicklung eines handlungsleitenden Themas, Gestaltung der Rezeptionssituation und Auswahl der Medien und Inhalte;
> 2) in der eigentlichen Rezeptionsphase:
> thematisch voreingenommenes Sinnverstehen, Rezeptionssteuerung und Prozesse der Spiegelung;
> 3) und in der Nachbereitungsphase:
> Verarbeitung und Aneignung von Medienbotschaften, Vermittlung von Medieninhalten und Biographie bzw. eigener Lage im Rahmen der Prozesse der Lebensbewältigung, Gestaltung der sozialen Beziehungen mithilfe der Rezeptionssituation.

Die strukturanalytische Rezeptionsforschung geht also von den für die RezipientInnen relevanten Themen aus, die sich auf die Mediennutzung auswirken, die sich also aus deren Bedürfnislage und Lebenssituation ergeben und als „handlungsleitende Themen die Wahrnehmung, Interpretation und Verarbeitung äußerer und innerer Vorgänge steuern“ (Neumann-Braun, 2005, S. 60).

> Wir wollen von Thema dann sprechen, wenn darin eine längerfristige, immer wiederkehrende, unbewußte oder bewußte Szene zum Ausdruck kommt, die sich auf die ganze Lebenssituation einer Person bezieht, auf ihre Bedürfnisse, Ressourcen und die situativen Widerstände in einem bestimmten Lebensabschnitt. Themen können daher als Indikator für den „Bedeutsamkeitshorizont“ (Thomae, 1968) des Individuums angesehen werden. Themen sind somit Phantasien, die eine Person auf längere Zeit begleiten. (Charlton et al., 1986, S. 31)

Themen können als Reaktion auf äußere Handlungsprobleme oder auf Entwicklungsaufgaben aufgefasst werden:

> Themen stellen sich zum Beispiel in verschiedenen Lebensabschnitten ein, wenn notwendige Entwicklungsaufgaben gelöst werden müssen, diese Lösung aber als eine gelungene Abgleichung der inneren Handlungsentwürfe und ihre sozialen Realisierung noch aussteht. Ein Thema stellt nun eine bestimmte Art und Weise der Lösung diese Problems dar und realisiert sich über eine „Szene“, in der symbolisch die Bewältigung vorgestellt wird. (Aufenanger, 1995, S. 210f.)

Die Spiegelungen, also die symbolische Repräsentanz des Themas, von wiederkehrenden Fantasien, Realitäts- oder Handlungsentwürfen oder Selbstbildern werden in den Medieninhalten gesucht und bearbeitet. Grundsätzlich definieren Neumann et al. (1990, S. 32) den Begriff Thema als „die vom Subjekt, aber auch von der Gesellschaft konstruierten, übergeordneten Sinnperspektiven, unter denen Welt betrachtet wird“. Wesentlich dabei ist das Konzept der „thematischen Voreingenommenheit“ (Charlton, 1997; Charlton & Borcsa, 1997, Neumann-Braun, 2005), die besagt, „dass sich Rezipienten solchen Themen und Inszenierungen in den Medien zuwenden, die es ihnen ermöglichen, sich mit für ihre Identität und ihre Lebensführung zentralen Fragen auseinander zu setzen“ (Weiß, 2001, S. 13). Dabei sind die Probleme und Fragestellungen des Alltags der RezipientInnen gemeint, die sie gerade betreffen, die maßgeblich sind und die sie sozusagen „bearbeiten“. Das vorhandene Medienangebot wird dabei selektiv und individuell verarbeitet bzw. angeeignet. Für den Prozess der Medienrezeption sind die damit wesentlich verbundenen „handlungsleitenden Themen“ von besonderer Bedeutung (Neumann et al.):

> Handlungsleitende Themen führen zu einer Voreingenommenheit in der Wahrnehmung. Subjekte fassen die Umwelt parteilich auf, sie sehen sich in der Welt durch die Brille desjenigen Themas zurecht, das sie in ihrer Aufmerksamkeit und Bedürfnislage in Anspruch nimmt. Dementsprechend setzen sich Rezipienten thematisch voreingenommen, selektiv mit Medien auseinander. Sie akzentuieren Themenaspekte der Medienprodukte bzw. sehen ein Handlungsgeschehen im Licht ihrer Bedürfnislage, die über die o.g. Strukturelemente zugänglich wird. Eine solche thematisch-konzipierte Bedürfniskonzeption eröffnet auch ein Verständnis dafür, wie Medienkonsum einen Beitrag zur Lebensgestaltung und Lebensbewältigung im Alltag leisten kann: Im Vermittlungsgeschehen von Dargestelltem und Biographie bzw. eigener Lage kann das Subjekt sich (sinnlich-) symbolisch mit sich und seinem Thema am Medien-Anderen auseinandersetzen (Intra-Kommunikation), es kann diese Auseinandersetzung desweiteren aber auch in den sozialen Dialog mit Anderen einfließen lassen (Inter-Kommunikation). (S. 32f.)

Die strukturanalytische Rezeptionsforschung geht also davon aus, dass der Mediengebrauch zur Lebensbewältigung genützt wird und da vor allem für „Prozesse von Identitätsaufbau und -bewahrung sowie der Selbstverortung“ (Neumann-Braun, 2005, S. 60). Ziel ist die Erforschung der logischen Struktur, die hinter den empirischen Tatsachen liegt:

> Zum einen geht es um eine handlungstheoretische Untersuchung des Prozesses der Medienrezeption; weiterhin soll der soziale Kontext des Mediengebrauchs, also sein Eingebettetsein in Alltagshandeln und Lebensbewältigung, analysiert werden; und schließlich geht es dann um den Aspekt des Identitätsaufbaus und -erhalts des Rezipienten: welche biografische Bedeutung gewinnt die Rezeption von Medien für das betreffende Subjekt? (Charlton et al., 1986, S. 19)

Ausgehend von empirischen Studien unterscheidet Charlton in einem „Phasenmodell des Rezeptionshandelns“ (1997, S. 24) vier Phasen der Medienaneignung: Gestaltung der sozialen Situation (Ermöglichung der Auseinandersetzung mit den Medien), thematische Selektion (vor und während der Auseinandersetzung mit dem Medium, basierend auf thematischer Voreingenommenheit und Coping-Strategien zur Lebensbewältigung), die eigentliche Rezeptionsphase (Steuerung der emotionalen Distanz, Steuerung des Involvements, optimale Anregung ohne die eigene Gefühlsbalance zu gefährden und die Nutzbarmachung der Medieninhalte nach der eigentlichen Rezeptionssituation für die eigene Lebensführung (u.a. Kommunikation mit anderen).

In Summe wird die Medienrezeption auch im Kontext der strukturanalytischen Rezeptionsforschung als Spezialfall allgemeinen sozialen Handelns angesehen und kann aus der (u.a. sozialen) Situation der RezipientInnen heraus verstanden werden (Familiensituation, Entwicklungsstand, etc.), ist also auf das Verhalten anderer bezogen; aktiv und realitätsverarbeitend und versteht sich im Rahmen allgemeiner, sozialer Verfahrensweisen (Normen und Regelsysteme bzw. Moralsysteme und familiäre Handlungsroutinen). Ganz im Sinne des interpretativen Paradigmas sagt die Mediennutzung damit noch nichts über die Wirkung auf die RezipientInnen aus (also keine deterministische, mono-kausalen Zusammenhänge). Medienhandeln kann demnach u.a. folgende Funktionen erfüllen (vgl. Charlton et al., 1986): Erlernen sozialer Spielregeln („patterns of conduct“), Entdecken von neuen Handlungsmöglichkeiten („role possibilities“), stellvertretendes Teilhaben an Handlungen anderer oder die reflexive Auseinandersetzung mit der eigenen Identität (stellvertretend und ohne direkte Verantwortung für die Konsequenzen). Relevante Themen, die von Kindern auch medial bearbeitet wurden waren beispielsweise (vgl. ebenda; Neumann et al., 1990; Charlton, 1989):

- Selbständigkeit und Stärke
- Kontrolle des Abhängigkeitsbedürfnisses
- Unabhängigkeit und Distanzierung zur Mutter
- Erwerb der Geschlechterrolle
- Größen- und Potenzfantasien

- Medien als Interpretationsfolie für im Alltag erlebte Ängste
- Medien als „para-soziale“ Ausbruchsmöglichkeit aus belastendem Erziehungs- und Familienklima
- Verarbeitung belastender Familiensituationen (u.a. Trennungen)
- Erleben von „sprachloser“ Gemeinsamkeit bzw. Zusammenhalt einer zerrütteten Familie

Der Medienkonsum ist grundsätzlich eine Erweiterung des eigenen Erfahrungsbereichs und es können die medial vermittelten Handlungsmuster zu eigenen Handlungsentwürfen in Beziehung gesetzt werden. Dabei wird die Medienzuwendung als rekonstruierende, interpretierende Auseinandersetzung und Bewertung von Inhalten verstanden, in dem Deutungsmuster der Welt vermittelt werden. Der Medienkonsum kann zwischen individuell erlebter Einzigartigkeit und allgemeinen, sozialen Deutungsmustern vermitteln und daraus „identitätsstiftenden Gewinn“ (Neumann et al., 1989, S. 179) ziehen.

2.2.2 Alltagspraktischer Sinn

Ausgehend von den Arbeiten von Charlton und Neumann (1988, 1986), die sich vor allem mit Kindern beschäftigen, erweitert Weiß (2001) die strukturanalytische Rezeptionsforschung explizit auf Erwachsene mit dem Ziel, „jenes System von wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen des Alltagslebens zu rekonstruieren, das dem Mediengebrauch seinen subjektiven Sinn gibt“ (ebenda, S. 14). Damit wird das Konzept der „thematischen Voreingenommenheit“ (Charlton, 1997; Charlton & Borcsa, 1997) aus der strukturanalytischen Rezeptionsforschung von Kindern auf Jugendliche und Erwachsene ausgeweitet und auch mit Annahmen der Cultural Studies (siehe Kapitel „Cultural Studies“) in Verbindung gebracht (Mikos, 2001). Neumann-Braun (2005) und Charlton (1997) weisen aber darauf hin, dass der anfängliche Fokus der strukturanalytischen Rezeptionsforschung auf die RezipientInnengruppen Kinder und Jugendliche keine theorieimmanenten Gründe hat und dass die Grundannahmen der strukturanalytischen Rezeptionsforschung von Anfang an auch für Erwachsene gedacht waren. „Lebensthemen“, die grundsätzlich die Wahrnehmung und das Handeln organisieren nehmen nach Weiß (2001) auch bei der Medienselektion eine entscheidende Rolle ein. Lebensweltlich relevante Orientierungen und Anschauungsweisen wirken sich auf die Medienrezeption aus und verleihen ihr ihre subjektive Bedeutung. Für eine Weiterentwicklung kommunikationswissenschaftlicher Theorien ist es demnach das Ziel einen klaren „Begriff der lebensweltlich grundierten subjektiven Anschauungsweisen zu gewinnen, in die der Mediengebrauch eingeht“ (ebenda, S. 10). Die Medienrezeption soll

„aus der Perspektive des praktischen Sinns“ (ebenda, S. 14) bzw. „als Form des Handelns im Sinn-Horizont des Alltags“ (ebenda, S. 18) bzw. vor allem das Fernsehen als „symbolisches Handeln im Alltag“ (ebenda, S. 19) verstanden werden. Die „Gratifikationen“ des Uses-and-Gratifikations-Ansatzes werden damit in ein übergeordnetes theoretisches Konstrukt eingebettet. Als Fundament dient die „Theorie des kommunikativen Handelns“ von Habermas (1988) bzw. die Typisierung von Grundorientierungen des Handelns in Kombination mit der „Theorie der Praxis“ (Bourdieu, 1979) bzw. des „praktischen Sinns“ (Bourdieu, 1997). Weiß verbindet in seiner Theorie die „Handlungsorientierungen“ von Habermas mit den „Feldern des Alltags“ von Bourdieu. Die verschiedenen „Felder des Alltags“ sind mit spezifischen Interaktionsverhältnissen, Handlungszielen, Ressourcen und Handlungsmustern assoziiert und geben dadurch den Handlungsorientierungen Gestalt (Weiß, 2001, S. 390). Die „Theorie des praktischen Sinns“ geht damit von einem „System des alltagspraktischen Sinns“ aus, das die elementaren Handlungstypen (Habermas) auf die Felder des Alltags (Bourdieu) mit ihren typischen Mustern, die die Wahrnehmung und das Handeln organisieren, bezieht. Damit wird „die Vielfalt von alltäglichen Handlungsmustern, Anschauungsweisen und Sinnorientierungen als System durchsichtig“ (ebenda). Durch die subjektzentrierte Auslegung der sozialen Wirklichkeit bzw. durch die Variabilität der praktischen Anschauungsweisen besitzt das System des praktischen Sinns hohe Flexibilität. Das Medienhandeln wird in das System des „alltagspraktischen Sinns“ eingegliedert: „Die ‚praktische Logik‘ und die ‚Psycho-Logik‘ des praktischen Sinns bestimmen die Orientierungsbedarfe, die Kommunikations- und die Erlebnisbedürfnisse“ (ebenda, S. 392). Die Psycho-Logik bezieht sich auf verinnerlichte Handlungs- und Lebensentwürfe und das „Medienerleben“ wird damit „als Form der Auseinandersetzung mit einem handlungsleitenden Lebensthema“ (ebenda, S. 395) gesehen. Das Bezugnehmen auf den alltagspraktischen Sinn aus der Subjekt-Perspektive soll Medienhandeln und individuelle Relevanz erklären: „Der alltagspraktische Sinn gibt dem Fernseh-Erleben seine psychische Substanz“ (ebenda, S. 249). Die verschiedenen Programmangebote stehen für unterschiedliche Realbezüge und Relevanz: „Programmgattungen oder Genres sind durch ein je typisches Muster bestimmt, nach dem sie die lebensweltlich relevante Materie behandeln“ (ebenda, S. 250). Weiß verbindet die wichtigsten Befunde der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften und der Cultural Studies (siehe Kapitel „Cultural Studies“) mit der Theorie des praktischen Sinns durch eine Vielzahl von Beispielen. Dabei werden individuelle Lebensthemen mit den Medieninhalten in Zusammenhang gebracht, bzw. der subjektive Sinn des Fernsehens vor dem Hintergrund der eigenen handlungsleitenden Orientierungen besprochen. Medieninhalte werden als „anschauliche Repräsentation eines subjektiv relevanten Lebensthemas“ (ebenda, S. 261) interpretiert.

Vielseher besorgen sich zum Beispiel durch das Fernsehen was sie „an Orientierung, Entspannung, Stimulation und sozialem Erleben brauchen“ (ebenda, S. 255). Hinsichtlich der parasozialen Interaktion kann ein vertieftes Verständnis des individuellen Sinns hergestellt werden, wenn analysiert werden könnte, was die Medienfiguren für die RezipientInnen verkörpern, also welche biografische Bedeutung Beziehungen im Allgemeinen oder die jeweiligen Medienfiguren im Speziellen für die RezipientInnen haben. Wesentlich ist die subjektive Auseinandersetzung mit dem eigenen Lebensentwurf, mit den Fernseh-Idolen in Relation zur Selbstwahrnehmung, den eigenen Zielen, dem bisherigen Erfolg oder Lebenszielen. Medienfiguren können so besonders bedeutsam durch deren Erfolg bzw. durch deren erfolgreiche Selbstbehauptung im Kontrast zur Selbstwahrnehmung werden. Das Fernseh-Idol symbolisiert oder bearbeitet den Ich-Entwurf, der attraktiv und erstrebenswert, aber nicht, oder noch nicht, erreicht wird. Weiß illustriert dies für Jugendliche hinsichtlich des Ablösungsprozesses von den Eltern, bzw. hinsichtlich des Aufbaus der eigenen Existenz und Unabhängigkeit. U.a. durch überzeichnete Fiktionalität wie Actionhelden können reale Lebensthemen versinnbildlichen und trotz Überzeichnung eine „Modellierung eines auch im Alltag vertrauten handlungspraktischen Problems und einer mustergültigen methodischen Ausrichtung des Handelns zu seiner Lösung“ (ebenda, S. 264) bedeuten. Das Lebensthema kann der Wille zur Selbstbehauptung bzw. die Überwältigung von Gegnern sein: „Die ‚ultra-machomen‘ wie Sylvester Stallone, Arnold Schwarzenegger oder Bruce Willis spielen den Willen und die Fähigkeit vor, sich gegenüber erniedrigenden Anfechtungen unbedingt und vollständig durchzusetzen. Sie agieren als Charaktermasken des Durchsetzungswillens“ (S. 265). Diesbezüglich verweist Weiß auf den Begriff des „psychologischen Realismus“ (Ang, 1986), der auf realitätsrelevante Bezüge verweist, auch wenn die Narration in ansonsten fremden sozialen Welten stattfinden (wie beim Beispiel „Dallas“). Damit sind die dargestellten Gefühle und Situationen gemeint, die die RezipientInnen aus ihrem eigenen Leben kennen. Realistisch sind demnach nicht die oberflächliche Lebenswelt (USA, vermögende Familie), sondern Streitsituationen, Intrigen, zwischenmenschliche Probleme, die Suche nach Glück im Gegensatz zu Unglück etc. Weitere Beispiele beziehen sich auf die soziale Lage und Identitätskonzepte (Entwurf der eigenen sozialen Identität – hinausgehend über die eigene soziale Erfahrung), das Agieren im Beruf und im öffentlichen Leben (Rollenmodelle), die symbolische Artikulation der Angst vor sozialem Abstieg und Versagen bzw. soziale Verunsicherung, soziales Altern und soziale Vergleichsprozesse, Wir-Bewusstsein bzw. Zugehörigkeit zu einer sozialen Gemeinschaft (unterschiedliche Milieus, ethnische Minderheiten und Dominanzkultur, politische Zugehörigkeit, Legitimität des individuellen Standorts in der Gesellschaft), das Streben nach Selbstverwirklichung (im Kontext der

realen Beschränkungen des Alltagslebens), subjektive Erfüllung der Liebe, Hilfe bei der Suche zum privaten Glück (romantische Liebe, privater Zusammenhalt, familiäre Beziehungen), Aufbau oder Durchbrechen der Gender-Identität, Konflikte zwischen individuell ausgelegtem Recht auf Erfolg und regelkonforme Rechtschaffenheit (Verbrechen, Autorität und Macht, öffentliche Gewalt), moralische Grundhaltungen (Anfechtung von Moral, Normkonformität, gesellschaftliche Normen) oder die Wahrnehmung der politischen und gesellschaftlichen Vorgänge (Rechte auf Anerkennung, Legitimität und Verortung des eigenen Standpunkts). In Summe bieten die Medien Versinnbildlichungen von Lebensentwürfen die für die RezipientInnen unterschiedlich relevant sind. Medieninhalte oder Fernsehfiguren werden im Kontext des Systems alltagspraktischer Orientierungen und Lebensentwürfen rezipiert.

2.2.2.1 Alltagspraktischer Sinn und Emotionen

Weiß (2001) geht also davon aus, dass u.a. Alltagsprobleme und sozialer Kontext der RezipientInnen hinsichtlich der Mediennutzung zu berücksichtigen sind. Dabei entwickelt Weiß eine Systematik der visuellen Wahrnehmung (Anschauen und Einstimmen, Vorstellen und Fühlen, Entziffern und Genießen, Begreifen), bei der auch emotionale Aspekte der Medienrezeption behandelt werden. In diesem Zusammenhang kritisiert Weiß (2001) das Mood-Management (Zillmann & Bryant, 1994, siehe Kapitel „Mood-Management“) und die Rückführung der Emotionen auf Erregung im Sinne der Zwei-Komponenten-Theorien der Emotionen. Weiß vermisst dabei die „subjektive Substanz der Gefühle“, und deren „Grundlage in bestimmten Lebensthemen und -projekten“ (2001, S. 219). Die ausgleichende Funktion des Fernsehens auf das emotionale Erleben der RezipientInnen wird hinterfragt, also dass z.B. Medien zur Stimmungsaufhellung bei negativer Stimmung (z.B. nach einem schwierigen Berufsalltag) oder zur Beruhigung (nach einem stressvollen Arbeitstag) oder zur Stimulation (bei einem langweiligen Alltag) genutzt werden. Weiß kritisiert die Grundannahme des Mood-Managements, die von einem „antithetischen Status des Fernseherlebens gegenüber dem emotionalen Zustand, in den der soziale Alltag die Subjekte verlässt“ (ebenda, S. 219) ausgeht. Im Sinne der Theorie des praktischen Sinns ist die Medienselektion eher als die „phantasmagorische Fortsetzung der Auseinandersetzung mit den aktuellen Lebensthemen“ (ebenda, S 220) zu sehen. Demnach geht es nicht nur um eine Ablenkung durch Medieninhalte, die allgemein und unspezifisch die Aufmerksamkeit auf sich ziehen und damit einen Ausgleich zum Alltag bzw. zu den durch den Alltag entstandenen Emotionen bietet, sondern um die – gerade für Emotionen wesentliche – Verbindung der aufgesuchten Medieninhalte zu aktuellen Lebensthemen. Weiß geht in der Argumentation weiters auf Untersuchungen von Zillmann & Bryant (1994)

ein, wonach verärgerte Rezipienten, die davon ausgehen, den Verursacher ihres Ärgers wiederzutreffen, sich aggressiven Medieninhalten zuwenden. Im Gegensatz dazu wenden sich Männer, die nicht mehr davon ausgehen auf den Verursacher des Ärgers zu treffen, eher beruhigenden Medieninhalten zu. Weiß geht bei der Aufrechterhaltung der ärgerlichen Stimmung durch aggressive Medieninhalte nicht von einem Stimmungsmanagement im Sinne Zillmanns et al. aus, sondern von einer Form der Bewältigung der Alltagsprobleme im Sinne einer in der Vorstellung vorweggenommenen stellvertretenden Vergeltung. Das alltagspraktische Thema wird durch die Zuwendung zu einer „fiktiven Geschichte erfolgreicher Selbstbehauptung gegen persönliche Feinde“ bearbeitet (Weiß, 2001, S. 220). Es geht also nicht um die Stimmungsaufhellung durch Ablenkung durch (belanglose) Inhalte, sondern um eine „Hinwendung zu der vorgestellten Erfüllung der eigenen Subjektivität“ (ebenda). Ebenso kritisiert Weiß an den Arbeiten von Zillmann & Bryant (1994) die Vorstellung der Übernahme des emotionalen Zustands einer medial dargestellten Person als zu linear und damit als zu einfach:

> Im Gefühl hat er die Stellung an sich, die er gegenüber dem Geschehen einnimmt. Dass der Rezipient den dargestellten emotionalen Zustand des Protagonisten ‚teilt‘ ist nur einer unter vielen denkbaren Fällen seiner empathischen Involviertheit. Er kann ebenso gut Zorn über die vorgestellte Hilflosigkeit oder die Angst des Protagonisten fühlen; auch das Mitleid des Rezipienten ist ein anderes Gefühl als die vorgespielte Furcht des Protagonisten. (Weiß, 2001, S. 230)

In Summe sind also die relevanten Themen, Orientierungen, Bedürfnisse und Erfahrungen der RezipientInnen für die Medienzuwendung und für die medieninduzierten Emotionen zu berücksichtigen und nicht nur die Modifikation von vorhandenen Stimmungen durch Übernahme von dargestellten Emotionen. Weiß (2005) definiert „Fühlen“ in Abhängigkeit vom eigenen Willen und von Erfahrungen. Ohne die kognitiven Emotionstheorien einzubeziehen, sind für Weiß Emotionen allerdings – ähnlich wie bei den Appraisal- oder Attributionstheorien – mit Ursachenzuschreibungen und Intentionen, Zielen und Bedürfnissen in Verbindung zu bringen:

> Die Substanz des Fühlens ist ein praktisches Verhältnis. Fühlen ist immer doppelt bestimmt: Das Fühlen ist einerseits Eindruck, Bestimmtsein durch einen Gegenstand der Erfahrung. Fühlen ist aber auch Ausdruck eines Willens, eines Aktes der Selbstbestimmung. Bestimmtsein und Selbstbestimmung in einem, diese Gleichzeitigkeit macht das Fühlen aus. (ebenda, S. 66).

Ebenso bringt Weiß eine moralische Bewertungsebene ein, denn die „involvierten“ RezipientInnen nehmen auf „imaginative Weise“ am „medialen Geschehen“ teil: „Und er nimmt dazu eine subjektive Stellung ein, die in seinen moralischen Grundhaltungen wurzelt“ (ebenda). Die Ebene der grundsätzlichen Relevanz wird bei Weiß (2001, 2005) von „Lebensthemen“ beschrieben. Mediale Inhalte werden dann emotional, wenn sie Lebensthemen betreffen bzw. wenn die RezipientInnen bei der Rezeption persönliche Lebensthemen bearbeiten können. Als explizite Beispiele dienen Themen wie „Durchsetzung des Einzelnen in einer von Feinden oder Feiglingen bevölkerten Welt“ bei Action-Filmen, oder „von den Mühen, die es kostet, seine Liebe oder sich selbst treu zu bleiben“ bei Melodramen (Weiß, 2005, S. 64). Lebensthemen können damit als übergeordnete Ebene mit der Relevanz-Bewertung der kognitiven Emotionstheorien in Verbindung gebracht werden. Die individuelle Relevanz bezieht sich auf ein Betroffensein von Lebensthemen, durch die RezipientInnen medial vermittelte Stoffe emotional realitätsnah nachempfinden können.

2.2.3 Methoden der strukturanalytischen Rezeptionsforschung

Der Fokus der strukturanalytischen Rezeptionsforschung liegt auf Einzelfällen im Rahmen von Längsschnittstudien mit dem Schwerpunkt auf dem Rezeptionshandeln von Kindern im Familienkontext. Zur Analyse des Rezeptionshandelns dient dabei meist ein mehrstufiges Verfahren u.a. mit Methoden der teilnehmenden Beobachtung (Rezeptionsverhalten, Spiele der Kinder, Interaktionsmuster der Familie), Elterninterviews, der objektiven Hermeneutik, der klinischen Methode von Piaget und mit der von Charlton et al. (1986) entwickelten Methode des Spielimpulses („Spielimpuls – Verfahren“). Bei dieser Methode wird den Kindern seitens der ForscherInnen ein Spielimpuls geliefert, der ein weiteres Spiel im Sinne des zuvor beobachteten, hypothetischen Problemlösungsversuchs initiieren kann. Wenn die ProbandIn den vorgeschlagenen Spielimpuls in ein Spiel integriert, dann gehen die ForscherInnen von einem relevanten Thema bzw. von einer Bestätigung der Deutungshypothese eines „handlungsleitenden Themas“ aus. Die oben angeführte Methodenkombination und die detaillierten Dokumentationen (teilstandardisierte Protokolle & ausführliche Falldokumentationen) sollen zum Verständnis des individuellen Handelns im Rahmen der objektiv-strukturellen Alltagsroutinen bzw. in Verbindung mit dem sozialen Kontext dienen. Als erster Schritt der Analysen fungierte meist die teilnehmende Beobachtung am Familienalltag mit Erfassung der Medienrezeption und der häufig daran anschließenden Spielsituation. Aus relevanten Passagen werden Deutungshypothesen generiert, die u.a. eben durch die Methode des Spielimpulses überprüft wurden (siehe oben). In Summe entstehen durch die Methodenkombination detaillierte Einzelfallanalysen unter Einbeziehung der famili-

ären Bedingungen und der Entwicklungsaufgaben des Kindes (vgl. Schreier, 2004; Neumann et al., 1989). Neumann et al. (ebenda) beziehen sich von Anfang an auf die „interpretative Sozialforschung“ bzw. auf rekonstruktive Verfahren, deren Intersubjektivitätsanspruch sie u.a. dadurch legitimieren wollen, „indem versucht wird, Regelhypothesen anhand von empirischem Fallmaterial zu falsifizieren“ (ebenda, S. 183):

> Eine Sozialwissenschaft, die das konstitutiv gesellschaftlich-sinnhafte Moment im menschlichen Handeln nicht unterschlagen will, muß ebenfalls wie die Individuen in ihrem Alltag sinnverstehend, interpretierend vorgehen: Die qualitativ oder interpretativ arbeitende Sozialwissenschaft hat sich das „interpretative Verstehen“ menschlichen Handelns zum Ziel gemacht. (Charlton et al. 1986, S. 65)

Damit stehen ursprünglich Einzelfallrekonstruktionen (Charlton et al., 1986; Neumann et al., 1989) und Strukturexplikationen von Medienhandlungen (Charlton et al., 1990a, 1990c) unter Bezugnahme u.a. auf die rekonstruktive Methode der objektiven Hermeneutik von Oevermann (1986) im Zentrum der strukturanalytischen Analysen:

> Auf den Gegenstandsbereich der Medienwirkungsforschung bezogen: Aus handlungstheoretischer Sicht ist die Auseinandersetzung der Rezipienten mit Medien als eine sinnverstehende „para-soziale Interaktion“ zu bestimmen. Das „Was“, „Wie“ und „Warum“ einer Medienhandlung (z.B. die Produktion einer Fernsehsendung und dann: die Konsumation dieser Fernsehsendung) erschließt sich, indem nach Handlungserklärungen gesucht wird: Welche Bedürfnisse, Absichten und Gründe im Rahmen welcher institutionellen Bedingungen (TV-Anstalten/Familie) hat ein Autor bzw. ein Zuschauer beim Produzieren bzw. Konsumieren eines Medienangebots? Und: Welche Bedeutung gewinnt dieses Tun für sein zukünftiges Handeln und Erleben? Kommunikationswissenschaftliche Analysen zielen also darauf ab, den Rezeptionsprozeß zu ergründen, indem die Kontextbedingungen, Regeln und soziale Verhaltensweisen, Inhalte und die Bedürfnisse und Motive der Rezipienten sinnlogisch zu rekonstruieren versucht: Motiv- und Kontextrekonstruktion ergänzen sich. (Charlton et al., 1986, S. 65)

Sinnverstehendes, interpretierendes Vorgehen wird grundsätzlich der qualitativen Sozialforschung zugeordnet. Der distanzierte Mitvollzug ermöglicht den ForscherInnen das jeweilige soziale Handeln zu begreifen und es auf allgemeine Muster hin zu analysieren, auch das Typische im Einzelfall zu finden. Der Einzelfall wird unter Einbe-

ziehung kontextueller Bedingungen (Familie und Gesellschaft) verständlich gemacht. Allgemeine Muster werden durch konkretes Medienhandeln der Einzelfälle transparent und dienen quasi als Musterbeispiele. Ziel ist das Aufzeigen von zentralen Rahmen- oder Strukturierungsprinzipien und die Darstellung von Medienhandlungen als rational rekonstruierbare Problemlösungsversuche. Die Rekonstruktion des Problems und seines Hintergrunds beziehen sich in erster Linie auf die situative Logik des Einzelfalls.

Mit der rationalen Rekonstruktion der Einzelfälle ist aber grundsätzlich auch eine interpretative Produktanalyse notwendig. Auch das Medienangebot muss in seiner Bedeutung für die RezipientInnen rekonstruiert werden. Inhaltsanalysen wurden aus forschungsökonomischen Gründen von Charlton et al. (1986) nicht selbst durchgeführt, sondern es wurden Medieninhalte ausgewählt, für die bereits in der Fachliteratur publizierte Inhaltsanalysen vorlagen. Im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung ist also die Erfassung der Bedeutungsstrukturen, die mit den Inhalten an sich assoziiert sind, zentral, erschießen sich aber nur durch die Gegenüberstellung der impliziten Nutzungsmotive mit den rezipierten Inhalten. „Im Zentrum stehen Prozesse der Sinnkonstitution: Individuelle und gesellschaftliche Deutungsmuster werden von Individuen im Rahmen struktureller Bedingungen produziert, konsumiert und reproduziert“ (ebenda, S. 64). Für die vorliegende Arbeit wird daher die Medienseite inhaltsanalytisch mit den alltagsrelevanten Themen der RezipientInnen in Verbindung gebracht. Durch die Anwendung von Gruppendiskussionen können eventuell weitreichendere und vor allem milieutypische Nutzungsmuster erfasst werden als mit einer exklusiven Ausrichtung auf Einzelfallstudien.

Neben der strukturanalytischen Rezeptionsforschung beschäftigen sich vor allem die Cultural Studies (siehe unten) und Studien zur kommunikativen Aneignung (Holly & Püschel, 1993), aber auch medienbiografische (Baacke, Sander & Vollbrecht, 1990b) und medienökologische Ansätze (Baacke, Sander & Vollbrecht, 1990a) mit dem Zusammenhang von Medienrezeption und alltäglichem Kontext (Giegler & Wenger, 2003). In Summe kommen dabei vor allem qualitativ-ethnografische Methoden zum Einsatz: Von teilnehmender Beobachtung und der Analyse von Gesprächen während der TV-Rezeption, von Leserbriefen oder Diskussionsforen bis zur Untersuchung von historischen Bedingungen und von Mediennutzung in verschiedenen Medienumgebungen.

Für die vorliegende Arbeit scheint die strukturanalytische Rezeptionsforschung besonders gut geeignet, da sie

> die Bedürfnisstruktur und die kognitiven Kompetenzen der Zuschauer mit ihrem sozialen Kontext, der sozialen Einbettung der Rezeption und der objektiven Sinnstruktur des Medienangebots verbindet und dabei die Aneignung und Ver-

mittlung zwischen Medienangebot und biografisch bedeutungsvollen Themen berücksichtigt. Dieser Ansatz könnte Aufschluss darüber geben, welche Rolle bestimmte Themen im Lebenslauf besitzen, d. h. auch welches Potential insbesondere als unterhaltend empfundenen Medienangeboten im Rahmen der Lebensbewältigungsbemühungen zukommt. (Giegler & Wenger, S. 129).

2.2.4 Medien und Alltag: Beispielhafte Studien

Hinsichtlich der strukturanalytischen Medienforschung liegen vor allem Ergebnisse für Kinder vor (Charlton, 2000; Charlton et al., 1986, 1990a, 1990b; Neumann et al., 1990; Charlton, 1997). Theoretisch und empirisch wurden die Grundannahmen der strukturanalytischen Rezeptionsforschung von der anfänglichen forschungspraktischen Ausrichtung auf Kinder auf ältere RezipientInnengruppen erweitert (Weiß, 1999; Mikos, S. 258ff.). Charlton et al. (1997) wenden beispielsweise das Konzept der thematischen Voreingenommenheit auf 12- bis 15-Jährige bezüglich der Filmrezeption an. Eine besonders umfangreiche Studie liefern Barthelmes und Sander (2001; Barthelmes, 2001): Im Rahmen einer Längsschnittuntersuchung mit 22 Jugendlichen und ihren 20 Familien (untere und mittlere Mittelschicht) zwischen den Jahren 1992 bis 1998 wurden die Funktionen der Medien für Jugendliche und deren Eltern untersucht. Als theoretisch-methodischer Bezugsrahmen diente neben der strukturanalytischen Rezeptionsforschung die Cultural Studies. Die qualitative Längsschnittstudie (ethnographischer Ansatz, qualitative Interviews) erfasste u.a. den individuellen Medienumgang, aktuelle Entwicklungsthemen und Lebenssituationen der Jugendlichen, der Eltern und das Familienklima. Die Autoren gehen davon aus, dass sich die Bedeutung der Medien für die RezipientInnen nur durch die Analyse des Alltags, der Lebens- und Familiensituation und den daraus resultierenden persönlichen Entwicklungs- und Lebensthemen verstehen lässt: „Die Bedeutung der Medien für die Jugendlichen erschließt sich nur dann, wenn man an deren realen Alltagsbedingungen anknüpft und von deren persönlichen Entwicklungs- und Lebensthemen ausgeht. Insofern ist das jeweilige Alter sowie die bisherige Biographie der Jugendlichen mit zu berücksichtigen“ (Barthelmes, 2001, S. 84). Die Langzeitstudie begleitete die Jugendlichen durch ihre Adoleszenz (von 13 bis 20 Jahre) und legte den Fokus auf den Umgang mit Medien vor dem Hintergrund der Lebenssituationen der Familien. Die Medien sind grundsätzlich alltägliche Begleiter und die Jugendlichen nutzen die „Medieninhalte und Medienerfahrungen zur Bewältigung ihrer Entwicklungsaufgaben“ (Barthelmes et al., 2001, S. 16). Der Medienkonsum ist gleichzeitig Ausdruck der eigenen Persönlichkeit und Abgrenzung von Eltern und Geschwistern. „In den Medieninhalten sowie in den Medienfiguren, Medienpersonen und Medienstars erkennen sie sich selbst bzw. Teile ihrer Persönlichkeit sowie ihrer

Lebenserfahrungen wieder. Dadurch werden die Medien für sie zu einem Spiegel, der ihnen auch für die Arbeit am Selbstbild behilflich sein kann“ (ebenda). Barthelmes et al. beziehen sich wie Charlton et al. auf Entwicklungsthemen und Entwicklungsaufgaben, allerdings für die Zeit der Adoleszenz und – in Bezug auf die Eltern – auf das Erwachsenenalter (bzw. auf entwicklungspsychologische und psychoanalytische Konzepte): „Jugendliche suchen in den Medien ‚ihre Themen‘, ‚ihre Probleme‘; die Jugendlichen spiegeln und erkennen sich darin“ (ebenda, S. 28). Barthelmes et al. beziehen sich in ihrer Argumentation auf das Konzept der „thematischen Voreingenommenheit“ (Charlton et al., 1986) bezüglich der Suche nach relevanten (Medien-) Inhalten. „Diese thematische Bezogenheit ist handlungsleitendes Motiv für die Auswahl und die Verarbeitung von Medieninhalten“ (Barthelems et al., 2001, S. 30). Das aktive Medienhandeln der Jugendlichen wird im Rahmen der Entwicklungsaufgaben und Themen der Adoleszent untersucht. Rückschlüsse, z.B. von Lieblingsfilmen, auf die damit bearbeiteten Themen, werden aus qualitativen Interviews rekonstruiert. Barthelmes et al. (ebenda, S. 31ff.) gehen von folgenden allgemeinen Adoleszenz-Themen aus:

- Entwicklung der Ich-Identität, Ich-Autonomie (Ablösung und Abgrenzung von den Eltern, Bildung eines eigenständigen Selbst-Bildes)
- Soziale Probleme bewältigen (Bildungs- und Ausbildungskonkurrenz, Arbeitslosigkeit, Mithalten in der Gleichaltrigen-Kultur)
- Sich vom Egozentrismus lösen und über sich selbst und andere zu reflektieren („role-taking“)
- Soziale Beziehungen aufbauen und gestalten (Liebes- und Arbeitsbeziehungen, Sehnsucht nach erfüllter Liebe)
- Soziale Verantwortung aufbauen
- Platz in der Familie und Gesellschaft finden
- Orientierung in der Welt und in der eigenen Kultur
- Eigene Perspektiven entwickeln
- Den eigenen Körper akzeptieren, die eigene Geschlechter-Rolle finden
- Abschied von der Kindheit (Zeit des Übergangs, verbunden mit Unsicherheit und Labilität, teils aktive Umorientierung)

Gleichzeitig untersuchen Barthelmes et al. die allgemeinen Entwicklungsthemen der Eltern (35- bis 48-Jährige):

- Abschied von Illusionen
- Abschied von den Eltern
- Aufbau der eigenen Sicherheit und Position

- Lebenskrisen bewältigen (Krankheit, Trennung, Scheidung, Berufswechsel, Arbeitslosigkeit)
- Entwickeln von neuen Möglichkeiten für das weitere Leben
- Aufbau von Selbstbestimmung und Unabhängigkeit von Institutionen und anderen Menschen
- Akzeptanz der Begrenzung des Lebens und der eigenen Leistung
- Findung der richtigen Balance zwischen Beruf und Freizeit
- Vertiefung von Freundschaften und Liebesbeziehungen
- Unterstützung der Kinder

Für die vorliegende Arbeit sind die Lieblingsfilme bzw. deren Nacherzählungen besonders hervorzuheben, da sich dabei der „innere Dialog“ bzw. das „innere Drama“ (ebenda, S. 60) der RezipientInnen bei der Bearbeitung der eigenen Themen offenbart. Barthelmes et al. folgern, dass die Auswahl der Lieblingsfilme nicht zufällig erfolgt, sondern eben im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung mit den Entwicklungsthemen und Alltagssituationen der Jugendlichen zu tun hat: „Dabei fiel auf, dass die Jugendlichen Woche für Woche und Jahr für Jahr eine Menge an Spielfilmen sehen, doch als persönliche Lieblingsfilme immer solche Spielfilme nennen, die mit ihren Entwicklungsthemen und Lebenssituationen (symbolisch und unmittelbar) zu tun hatten“ (ebenda, S. 86). Offensichtlich eignen sich vor allem Spielfilme dazu, die relevanten Themen zu bearbeiten. „Dabei werden die eigenen Alltagerfahrungen, Lebenssituationen sowie Entwicklungs- und Lebensthemen zu handlungsleitenden Motiven der Suche“ (ebenda, S. 137). Die Erstellung von geschlechtsspezifischen Listen von Lieblingsfilmen verdeutlicht die klaren Bezüge zu aktuellen Lebenssituationen und Themen der Jugendlichen (S. 142ff.). Bei den Jungen wurden u.a. die folgenden Lieblingsfilme mit den realen Themen der Jugendlichen in Verbindung gebracht (beispielhafter Auszug der Filmtitel und der damit verbundenen Themen der Jungen):

- „Krieg der Sterne“: Vater lebt weit weg; Sohn kämpft um Zuneigung und gemeinsame Zeit mit dem Vater.
- „Indiana Jones“: Mit dem Vater den „Gral“ suchen.
- „Ein Cop und ein halber“: Der Traum, den Vater wieder in die Familie zu holen; Träume der Macht und Omnipotenz.
- „Seven“: „Wer ist der Täter, wer ist das Opfer?“ Suche nach Ausdrucksformen der Aggression.
- „Robin Hood“: Suche nach Anerkennung als Mann: Was ist ein Mann? Was ist männlich?

- „In the Line of Fire“: die Angst, ein Verlierer zu sein; wann ist Gewalt und Wut berechtigt?
- „Highlander“: Vater verlässt die Familie, entzieht sich dem Sohn; Der abwesende Vater ist der „Unsterbliche“.
- „Easy Rider“: Der Sohn gibt es auf, um den Vater zu kämpfen („es geht auch ohne ihn!“); starkes Gefühl der Freiheit.
- „Der mit dem Wolf tanzt“: Suche nach Anerkennung „als Mann“; die Herausforderung ist draußen (Thema „Außenseiter“).
- „Das Leben des Brian“: Über sich selbst lachen; „schwarzer Humor“ als Abgrenzung und Distanz zum „Ernst“ der Familie.
- „Terminator II“: „Der kluge Kämpfer“; Mann-Bild: Mut haben, sich anderen stellen, durchhalten.
- „Lost Highway“: Den eigenen Weg gehen, trotz Unverständnis der Eltern; „Eigensinn“, „Kompliziert-Sein“ als Weg.
- „Indiana Jones“: Klugheit ist stärker als Muskelkraft; Humor führt zum Erfolg; Kämpfen, Mut, sich anderen stellen.
- „From Dusk till Dawn“: Das Unvorhersehbare ist unvermeidlich, ist Chance und Risiko; Angst vor der Zukunft.

Bei den Mädchen wurden u.a. die folgenden Lieblingsfilme mit den realen Themen der Jugendlichen in Verbindung gebracht (ebenfalls beispielhafter Auszug der Filmtitel und der damit verbundenen Themen der Mädchen):

- „Dirty Dancing“: Das eigene Leben im Film (vorahnend) sehen: Freund – Schwangerschaft – Abtreibung – Trennung.
- „Die Schöne und das Biest“: Suche nach dem „Prinzen“; Hoffnung, dass es auch „gute“ Beziehungen gibt.
- „Basic Instinct“: Das Begehren der Männer, die Tarnung und Verführung der Frauen; was ist eine gute Beziehung?
- „Titanic“: Was geben sich Männer und Frauen gegenseitig? Schicksals-Erfahrung; Suche nach dem Traummann.
- „Pretty Woman“: Bin ich (für die anderen) schön? Bin ich etwas wert?
- „Der Feind in meinem Bett“: Trennung der Eltern, Vater hat eine Freundin.
- „Flashdance“: Was macht einen „guten Vater“ aus? Die Beziehung zum Vater neu gestalten.
- „Friedhof der Kuscheltiere“: Trotz Enttäuschungen bleibt die Vorstellung von der „unbedingten Liebe bestehen“.

- „Die Hochzeit meines besten Freundes“: „Nur die anderen sind glücklich, aber warum nur?“ Erkenntnis, „bisher immer nur das dritte Rad am Wagen gewesen zu sein“; Mut zur Veränderung.
- „American Werewolf“: Die eigenen Gefühle kennen lernen (Angst, Lust).
- „Brücken am Fluss“: Liebe = Treue; ist eine Liebe „dauerhaft“ zu halten, ist Treue wichtiger als das aktuelle Gefühl?
- „West Side Story“: Tanz = Sprache der Gefühle; Tanzen und Singen.
- „Während du schliefst“: Frauen, die um die Liebe und den Partner kämpfen.
- „Grüne Tomaten“: Andere Bilder von Frauen und Müttern erleben als nur die eigene strenge Mutter.

Vor allem bei der Spielfilmrezeption wird der Zusammenhang zwischen Lebens- und Medienthemen deutlich. Relevante Aspekte der eigenen Lebenssituation werden quasi fiktional bearbeitet. Neben der Spiegelung eigener Probleme bieten die Medien neue Aspekte und können zur Weiterentwicklung der Themen beitragen. Die relevanten Themen verändern sich im Laufe der Zeit bzw. des Lebens, was sich auch in der Auswahl der Medieninhalte niederschlägt. Ausgehend von den Entwicklungs- und Lebensthemen verändert sich die subjektive Bedeutung der Inhalte. Barthelems et al. entwerfen auf Basis der Ergebnisse ihrer Langzeitstudie ein „Modell der lebensthematischen Korrespondenz zwischen Real-Welten und Medien-Welten“ (ebenda, S. 289ff.). Geschlechtsspezifisch relevante Themen werden durch die beiden oben angeführten Listen ebenfalls sichtbar. Medial vermittelte Frauen- und Männerrollen werden zur Herausbildung der eigenen Persönlichkeit genützt. Junge Männer suchen in den Spielfilmen vorwiegend Themen wie „Bilder der Männlichkeit“, was in den Genres der Action- und Abenteuerfilmen dargestellt wird. Bearbeitet werden dabei Themen wie die Anerkennung als Mann, die Frage nach Helden, nach „guten“ Männern, nach der Identität des Vaters, die Unterscheidung zwischen Gut und Böse und die Ablösung von der Familie. Analog dazu suchen die jungen Frauen in den Medien nach „Bildern der Weiblichkeit“ und nach dem „Traummann“ oder auch nach dem idealen Vater. Paarbeziehungen inklusive der Aspekte Liebe und Treue, also allgemein das Thema Beziehungen suchen und finden die Mädchen in verschiedenen Filmgenres.

Aber auch andere Untersuchungen, die sich nicht explizit auf die strukturanalytische Rezeptionsforschung berufen, verdeutlichen, dass unterschiedliche RezipientInnen aus unterschiedlichem sozialen Kontext, aber auch in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht Medieninhalte unterschiedlich selektieren, nutzen, interpretieren und verarbeiten. Es folgen beispielhafte Studien, die teilweise aus anderen Forschungsperspektiven auf ähnliche Zusammenhänge wie die strukturanalytische Rezeptionsforschung

schließen lassen. Im Vordergrund stehen dabei Untersuchungen zum Medienhandeln Jugendlicher.

Göttlich (2006) wandte Gruppendiskussionen in Kombination mit der dokumentarischen Methode zur Rekonstruktion von Relevanzsetzungen und Bedeutungszuschreibungen bei der Medienrezeption von Jugendlichen an. Dabei wurden unterschiedliche Rezeptions- und Aneignungsweisen von Daily Soaps, Daily Talk und der Sendung „Big Brother“ von 154 Jugendlichen (12- bis 17-jähige SchülerInnen) in insgesamt 20 Gruppendiskussionen) untersucht und geschlechts-, schultypenbezogene und sozialräumliche Rezeptions- und Aneignungsweisen rekonstruiert (5 Nutzertypen, vor allem abhängig von Geschlecht, Schultyp, ländlicher/städtischer Raum und Alter). Grundsätzlich folgert Göttlich (ebenda):

> Die Nutzertypen haben also in den alltagspraktischen Bewältigungsstrategien ihr sachhaltiges Fundament. Gerade der Vergleich der Nutzertypen zeigt, daß die Produkte der >Kulturindustrie< nicht bei allen Gruppen gleich angeeignet werden. Es geht um den Punkt, den Raum, den die Populärkultur einnimmt, aus den Deutungen der Teilnehmer mit zu rekonstruieren. (S. 297)

Die erzählten Geschichten werden also aus verschiedenen Blickwinkeln rezipiert. RezipientInnen aus unterschiedlichen Lebenswelten und Milieus gehen teilweise mit unterschiedlichen Lesarten an Medienprodukte heran und richten die Aufmerksamkeit auf unterschiedliche Aspekte des formal gleichen Produkts. „Die in den Rezeptionsmodi anzutreffenden Deutungsmuster führen zu durchaus unterschiedlichen Bewertungen“ (ebenda, S. 271). Ein interessanter Nebenaspekt war die Unterscheidung bezüglich emotionaler Anteilnahme zwischen HauptschülerInnen und GymnasiastInnen: Bei HauptschülerInnen war die emotionale Anteilnahme auf Darsteller und Charaktere bezogen, bei den GymnasiastInnen mehr auf die Handlungsverläufe.

Treumann, Meister, Sander, Burkatzki, Hagedorn, Kämmerer, Strotmann & Wegener (2007) untersuchten das Medienhandeln Jugendlicher (12- bis 20-Jährige) auf der Basis von lebensweltlichen und handlungstheoretischen Konzepten. Dabei standen die Mediennutzung und die Funktionen von Medien im Alltag von Jugendlichen unter Berücksichtigung des sozialen Kontextes im Vordergrund. Mithilfe von triangulativer Methodenkombination von quantitativen und qualitativen Methoden (Fragebogen, Gruppendiskussion und Interview) wurden Strukturen jugendlichen Medienhandelns aufgezeigt (u.a. die Einbettung in die strukturellen Rahmenbedingungen der Lebenslage, personenbezogene Ressourcen und akteurspezifische Bindungen und Orientierungen). Auch in dieser Arbeit wurde eine Typologie von Medienaneignung und -nutzung mit lebensweltlicher Einbettung erstellt. Treumann et al. ermittelten unter der

Einbeziehung von 3271 Jugendlichen sieben Typen des jugendlichen Medienhandelns (ebenda, S. 674ff.). Dabei wurde eine standardisierte Fragebogenerhebung mit qualitativen Gruppendiskussionen (10 Gruppen zu je rund acht Personen, die schon zuvor TeilnehmerInnen der Fragebogenerhebung waren; Auswertung mittels objektiver Hermeneutik) und Einzelinterviews (38 leitfadengestützte Interviews mit prototypischen Fällen aus einer Clusteranalyse) kombiniert:

Die Bildungsorientierten – schlaue Engagierte (20 %): Diese RezipientInnengruppe zeichnet überdurchschnittliche Nutzung von Belletristik, Sachliteratur und Zeitungen, literarisches Bildungswissen, hohes politisches Interesse, geringes Technikinteresse (kaum gestalterisches Interesse an PC und Internet, Arbeitsanwendungen und E-Mail im Vordergrund) und außermediales Engagement in Menschenrechtsgruppen und Umweltschutz aus. Häufig sind in dieser Gruppe Mitglieder von kirchlich-konfessionellen Jugendgruppen anzutreffen. Weiters sind in diesem Cluster höher gebildete Gymnasiastinnen (Mädchen) zwischen 16 und 20 Jahren konzentriert.

Die Positionslosen – unkritische Naive (20 %): Diese Gruppe rekrutiert sich hauptsächlich aus Arbeiter- und Handwerkerfamilien, besteht eher aus Real- oder Berufsschule als aus dem Gymnasium und hat einen großen Anteil an jüngeren Jugendlichen. Weiters zeichnet dieses Cluster eine unterdurchschnittliche Nutzung von Printmedien im Gegensatz zu einer überdurchschnittlichen Nutzung von audiovisuellen Medien, kaum medienkritische Einstellungen, kaum Zuordnung zu außermedialen Gruppen, eine Verortung in der „Mainstream-Szene“ mit gesellschaftspolitisch unspezifischer Ausrichtung. Die Mediennutzung findet eher zurückgezogen und isoliert statt und dient vor allem zur Befriedigung von situativen Bedürfnissen wie Ablenkung, Unterhaltung und Kompensation, ohne konkrete Erwartungen und Interessen.

Die Kommunikationsorientierten – unbedarfte Integrierte (19 %): In diesem Cluster befinden sich vor allem weibliche, ältere und höher gebildete Jugendliche mit einem überdurchschnittlichen Nutzungsinteresse an Musik, Infotainment und Unterhaltung. Diese RezipientInnen haben eine stark kommunikative Orientierung und stark ausgeprägte Sozialbeziehungen, die sich auch durch eine starke Nutzung von E-Mail und SMS zeigt. Mediennutzung wird oft zum Gemeinschaftserlebnis und zur Initialisierung von begleitenden Kommunikationsprozessen. Dieses Publikumsegment hat einerseits ein unterdurchschnittliches Wissen über das Mediensystem und Literatur, anderseits wenig Interesse an Politik oder Technik. Bei Problemen im Umgang mit neuen Medien werden Lösungen über das soziales Umfeld gesucht.

Die Konsumorientierten – pragmatische Hedonisten (17 %): Diese RezipientInnen kommen vorwiegend aus mittleren bis gehobenen Lebensverhältnissen, aus städtischen Milieus und sind tendenziell ältere, männliche Jugendliche. Medien werden vor

allem zur Unterhaltung, aber kaum für gestalterische Aktivitäten genutzt, sondern zum passiven Rezipieren. Auch der PC- und die Internetnutzung dienen vor allem für Spiele und Unterhaltung. Das literarische Wissen ist unterdurchschnittlich; ganz im Gegensatz zu stark überdurchschnittlichem Wissen über das Mediensystem. Dieses Publikumssegment ist wenig politikinteressiert, gesellschaftspolitisch kaum organisiert, aber in Netzwerken gleichgesinnter Hobby-Gruppen organisiert.

Die Allrounder – versierte Avantgardisten (12%): Diese Gruppe setzt sich aus überwiegend höher gebildeten männlichen Jugendliche mit allgemein überdurchschnittlichem Medienkonsum zusammen. Medien werden auch zu gestalterischen Aktivitäten benützt (z.B. PC-Spiele), Fachzeitschriften und -bücher gelesen es besteht ein hohes Interesse an Technik und Politik. Mitlieder dieses Segments sind in jugendkultureller Szene aktiv und tendieren zur Selbstsozialisation im Umgang mit neuen Medien. Einen hohen Stellenwert haben reale Freundschaften und reale Aktivitäten.

Die Deprivierten – unauffällige Einzelgänger (8 %): In diesem Cluster gibt es kaum interaktive Mediennutzung und kein gestalterisches Medieninteressen. Die leicht überdurchschnittliche audiovisuelle Mediennutzung passt zur grundlegend unterhaltungsorientierten Fernsehnutzung. In dieser Gruppe gibt es weiters die Tendenz zu Desinteresse an informationsorienterten Lösungsstrategien bei Problemen mit Mediengebrauch und es besteht ein geringes Wissen über das Mediensystem und über Literatur. Es dominiert eine unkritische medienbezogene Einstellung und ein hohes Vertrauen in den Realitätsgehalt und in mediale Wirklichkeitsdarstellungen. Diese RezipientInnen sind kaum in jugendkulturellen Szenen integriert, haben ein geringes Geborgenheitsgefühl in der Familie oder im Freundeskreis und sind auch in anderen Gruppen kaum sozial eingebunden. Das generell niedrige Bildungsniveau drückt sich auch in einem eher unkreativen und wenig kompetenten Medienumgang aus.

Die Gestalter – kreative Macher (3 %): Diese Gruppe stellt die Minderheit der Jugendlichen dar und zeichnet sich vor allem durch einen gestalterischen Umgang mit audiovisuellen Medien aus. Es sind eher jüngere und niedrig gebildete Jugendliche, die sozial gut eingebunden sind und Wohlbefinden im Freundeskreis ausdrücken.

Weitere wichtige Ergebnisse dieser umfassenden Studie sind, dass Fernsehen mit einer durchschnittlichen Nutzungszeit von drei Stunden pro Tag weiterhin das beliebteste Medium der Jugendlichen bleibt. Dabei zeigte sich, dass 15-Jährige am häufigsten fernsehen und die 18- bis 20-Jährigen am seltensten. Die privat-kommerziellen Sender sind bei den Jugendlichen weit beliebter als die öffentlich-rechtlichen Anbieter. Der Fokus liegt im jungen Publikumsegment grundsätzlich auf Serien und Spielfilmen. Die Hauptnutzungsmotive sind Langeweile mit der Erwartung von Abwechslung und Unterhaltung. Reine Information ohne „Action“ ist ein Ausstiegsimpuls. Bei Kriegser-

eignissen ist das Fernsehen für die Jugendlichen aber die verlässlichste Informationsquelle. Besonders beliebt sind Komödien, Horror-, Action- und Katastrophenfilme. Hinsichtlich der Selektion der Programme weisen Treumann et al. explizit auf emotionale Komponenten hin: „Damit werden von Jugendlichen hauptsächlich Genres favorisiert, die je spezifische und kontrastreiche Gefühls- und Befindlichkeitsdispositionen auslösen (können). So stehen humoreske Genrepräferenzen, die in Filmen mit comedy- oder slapstickähnlichen Bezügen dem maximalen Kontrastpol gegenüber, der sich in Filmen mit action-, schock- bzw. katastrophenähnlichen Bezügen materialisiert. Gewissermaßen spielen sich so die maximal möglichen Kontrastpole in der Erzeugung spezifischer Befindlichkeiten und Gefühlslagen Jugendlicher augenscheinlich gegeneinander aus, was für Jugendliche aber gleichsam den Reiz solcher kontrastiver Genrepräferenzen auszumachen scheint“ (ebenda, S. 87). Geschlechts- und altersabhängige Differenzierungen sind für die vorliegende Arbeit ebenfalls besonders interessant, da sie als Indizien für unterschiedliche handlungsleitende Themen angesehen werden können. Jugendliche suchen emotional extreme Medieninhalte, die aufgrund von unterschiedlichen Bedeutungen (u.a. in Abhängigkeit vom Geschlecht) gesucht oder vermieden werden. Treumann et al. weisen weiters darauf hin, dass Alter und Geschlecht (neben dem Bildungsniveau der Eltern) die wesentlichen Faktoren für das kompetente und kreative Medienhandeln sind. Aus den gesuchten „extremen“ Emotionen ergeben sich geschlechtsspezifische Genre-Vorlieben: Filme über Familie, Liebe und Beziehungen, Dramen wie Tragödien werden auch häufig gesehen, allerdings von älteren Jugendlichen mit einem deutlichen Trend zu den weiblichen Seherinnen. Tendenziell „weibliche“ Genres sind weiters Tanz- und Musikfilme. Action-, Kriegs- und Katastrophenfilme, Science-Fiction, Fantasy, Western und Erotikprogramme werden hingegen von den männlichen Jugendlichen präferiert. Ähnliche Nutzungsvorlieben zeigen sich bei Serien: Soaps, Arzt- und Krankenhaus, Reality-Soaps, und Familienserien punkten bei den weiblichen Jugendlichen; Abenteuer, Action, Science-Fiction und Fantasy hingegen vor allem bei männlichen Jugendlichen. Treumann et al. interpretieren diese Ergebnisse in Richtung des Mood-Managements (Zillmann, 1988a-b): „Damit werden von den Jugendlichen solche Genres favorisiert, die kontrastreiche Befindlichkeitsdispositionen auslösen und individuelles Gefühlsmanagement erlauben (Treumann et al., 2007, S. 672).

Hajok und Richter (2005) untersuchen individuelle Rezeptionsarten von Jugendlichen von Spielfilmen in Abhängigkeit von Todeserfahrungen in der persönlichen Biografie. Im Sinne der rekonstruktiven Sozialforschung (Bohnsack, 2008) wurden verschiedene Rezeptionsmodalitäten eines Spielfilmes („Ghost – Nachricht von Sam“) untersucht. 100 GymnasiastInnen der 12. Klasse wurden mittels Leitfadeninterviews zu

den Lebenskontexten befragt. Die Filmvorführung folgte in 10 Gruppen zu je 4 Personen, gefolgt von persönlichen schriftlichen Nacherzählungen („schriftliches Re-Filming“) und weiteren Leitfadeninterview zu den Filmen („mündliches Re-Filming“). In abschließenden Gruppendiskussionen (4 bis 6 Personen) wurden u.a. nochmals die Bewertungen des Films und die thematische Einordnung differenziert besprochen. Dabei zeigte sich, dass unterschiedliche persönliche Erfahrungen zu verschiedenen Rezeptionsmodalitäten bzw. Lesarten, Perspektiveübernahmen und Bewertungen führen, die ihrerseits die emotionalen Reaktionen auf Szenen, in welchen das Sterben thematisiert wird, beeinflussen. Hajok et al. differenzieren in „empathische“, „ethisch-moralische“ und „sachlogische“ ZuschauerInnen in Abhängigkeit von den individuellen Erfahrungen. Auch diese Studie zeigt, dass verschiedene lebensweltliche Erfahrungen zu unterschiedlichen Wahrnehmungs- und Verarbeitungsweisen führen können.

Mit Hilfe von narrativen bzw. biographischen Interviews untersucht Luger (1989) die Alltagseinbettung der TV-Rezeption von Jugendlichen (14- bis 19-Jährige). Die Fallbeispiele verdeutlichen einerseits eine ritualisierte Mediennutzung und anderseits die Kompensation von sozialen Beziehungen, schulischer Leistung (Fluchtverhalten) und Aktivität (u.a. Vielseher, Arbeitslose). Theoretisch bezieht sich Luger auf die Konzepte der „erlernten Hilflosigkeit“ (Seligmann) und auf die VielseherInnenforschung (Gerbner). Negative Erfahrungen wie Kontrollverlust im realen Leben werden teilweise über mediale Zuwendungsstrategien kompensiert.

Dass Film- oder Show-Titel nach relevanten Themen von den RezipientInnen abgesucht werden und nach passenden Indizien ausgewählt werden, finden Trepte, Zapfe und Sudhoff (2001). In dieser Studie zeigt sich, dass Adoleszente sich aus Talk-Show-Titeln bzw. Kurzbeschreibungen jene aussuchen, die sich mit ihren aktuellen Problemen beschäftigen.

Auch Einzelfallstudien verdeutlichen die Verbindung von lebensgeschichtlichen Ereignissen und Medienzuwendung: Voß-Fertmann (1989) analysiert mit narrativem bzw. biographischem Interview den Zusammenhang von Alltags- und Medienerfahrungen von einem 16-jährigen Mädchen. Die lebensgeschichtlichen Ereignisse (Familiensituation, Konflikte, Erziehungsthemen, Identitätsentwicklung) können mit dem Medienkonsum in Verbindung gebracht werden (u.a. die Verarbeitung der Vergewaltigung der Mutter durch „dosierte“ Bedrohungen mittels Horrorfilme).

Andere Studien beschäftigen sich weniger mit relevanten Themen der Jugendlichen, sondern mit zeitlich-strukturellen Aspekten der alltäglichen Mediennutzung bzw. mit der zeitlichen Einbindung der verschiedenen Medien in den Alltag für 6- bis 13-Jährige (Kuchenbuch & Simon, 2004) oder für Jugendliche (12- bis 19-Jährige, Feierabend & Kutteroff, 2008).

Ähnlich wie Charlton et al. (u.a. 1986) zeigen auch Petzold & Wieler (2007), dass Kinder Medienangebote wählen, um persönliche Erfahrungen, Wünsche und Ängste zu bearbeiten. Zu den entscheidenden Faktoren gehören die Stellung innerhalb der Familie und die Auseinandersetzung mit der Geschlechtsidentität. Auch hier wurden mehrere Methoden, ganz im Sinne der Triangulation, miteinander kombiniert (Familiengespräche und Einzelinterviews, u.a. vergleichende Eltern- und Kinderinterviews).

Scherer, Baumann und Schlütz (2005) untersuchten verschiedene Rezeptionsmodalitäten in Abhängigkeit von Alltagserfahrungen bzw. des Berufes der RezipientInnen. In Kombination von qualitativ und quantitativ ausgerichteten Befragungen wurden bei der Rezeption von Krankenhausserien (u.a. „Emergency Room“) die Rezeptionsmodalitäten „Medizinisches Involvement“, „Ironisch-kritische Distanz“ und „Serienrezeption“ unterschieden. Die Nutzungstypen basieren in Summe aus den beruflichen Erfahrungen und den damit in Verbindung stehenden Nutzungsmotiven. Bei den „medizinisch Involvierten“ wird das eigene Wissen und die Erfahrung mit dem Serieninhalt abgeglichen (u.a. Suche nach medizinischen Fehlern, Vergleich eigener Alltag mit dargestellten Problemen), die „ironisch-kritisch Distanzierten“ bewerten die Serie kritisch (Belustigung und Wut über Fehler und Verunglimpfungen) und bei der Serienrezeption werden vor allem die sozialen Beziehungen wahrgenommen und die medizinische Seite in der Wahrnehmung eher vernachlässigt. Auch diese Studie zeigt einerseits den Einfluss der Alltagserfahrung auf die Rezeption, anderseits unterschiedliche Bewertungen der Medieninhalte, die in Folge zu unterschiedlichen emotionalen Reaktionen führen.

Zoch (2009) analysierte mittels qualitativer Leitfadeninterviews die Mediennutzungsmotive von Senioren. U.a. wurde die emotionale Stabilisierung als Nutzungsmotiv rekonstruiert, die mit der Lebenssituation und -themen zusammenhängt: Mit dem Alter geht eine Änderung des Wertesystems einher und Leistungsprinzipien treten in den Hintergrund. So können Quizsendungen das Gefühl vermitteln etwas Nützliches zu tun. Medien können helfen, den gesellschaftlichen, schrittweisen Rückzug aus dem aktiven Leben zu rechtfertigen. Medienerfahrungen können auch (anstrengende) Realerfahrungen kompensieren. Medien werden genutzt, um positive Gedanken an die Jugend abzurufen, die Vergangenheit nachzuerleben bzw. in schönen Erinnerungen zu schwelgen. Medien erleichtern den Umgang mit Einsamkeit, dienen aber auch zur Auseinandersetzung mit Krankheit und Sterben. Ängste können reduziert werden (durch mehr Information über Krankheiten und Diagnoseformen, Vergleich mit anderen). In Summe dienen Medien „erstens zur Kompensation altersbedingter Ablösungs-

erscheinungen, zweitens zur Orientierung im sozialen Gesellschaftsgefüge und drittens zur psychischen Bewältigung des Alterns“ (ebenda, S. 190).

Meyen & Pfaff (2006) untersuchten die Motive für Interesse an Geschichtssendungen und stellten fest, dass sich das Geschichtsinteresse vor allem auf die Bedürfnisse nach Identität und Orientierung zurückführen lässt. Die angebotenen Themen geben die Möglichkeit, sich mit der eigenen Familie, aber auch mit der nationalen Identität auseinanderzusetzen. Bei den qualitativ angelegten Gruppendiskussionen waren neben Studenten vorwiegend ältere Personen (Gruppen von 30-49 und 50 Jahre und älter) beteiligt.

Neuere Studien beschäftigen sich auch mit Internet-Inhalten, wie u.a. mit Social-Web-Angeboten, die auch im Rahmen der Entwicklungsaufgaben Jugendlicher analysiert werden (Paus-Hasebrink, 2010; Neumann-Braun et al., 2011), was darauf hindeutet, dass die strukturanalytische Rezeptionsforschung auf andere Mediengattungen nutzbringend ausgeweitet werden kann und eben auch neue Medien aus dem Blickwinkel der sinnvollen Mediennutzung im Kontext der Selbst-, Sozial- und Sachauseinandersetzung untersucht werden können. Social-Web-Angebote erlangen vor allem in der Pubertät und Adoleszenz hohe Relevanz im Rahmen des „Identitäts- und Beziehungsmanagements“ (ebenda, S. 32).

Die beispielhafte Darstellung der Studien soll aufzeigen, dass unterschiedliche Publika mit unterschiedlichen alltagspraktischen Problemen, Entwicklungs- und Lebensthemen konfrontiert sind und damit mit verschiedenen (im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung) handlungsleitenden Themen an die Medien (thematisch voreingenommen) herangehen. Unterschiedliche Lebenserfahrungen, Entwicklungsziele und Lebensthemen führen zu differenzierten Bewertungen der Medieninhalte durch die RezipientInnen, die ihrerseits zur Selektion bestimmter, relevanter Inhalte führen (im Sinne des Nutzenansatzes) und zu verschiedenen emotionalen Reaktionen (im Sinne der Appraisal-Theorien) auf die objektiv gleichen Medieninhalte führen. In Summe deuten die oben angeführten Ergebnisse darauf hin, dass bestimmte Themen emotional relevanter für bestimmte RezipientInnen sind und daher selektiert oder vermieden werden.

2.2.5 Cultural Studies

Die Cultural Studies stehen in der Tradition der Untersuchung der Populärkultur (u.a. des Fernsehens in den 1950er- und 1960er-Jahren) und deren Rolle bei der „Veränderung der Arbeiterkultur vor dem Hintergrund demokratischer Bildungspolitik. Die Frage, welche sozialen Beziehungen durch die gesellschaftlichen Kommunikationsverhältnisse ermöglicht oder verhindert werden, wurde zu einem wichtigen Gegenstand

der Analysen in den Cultural Studies“ (Mikos, 2003, S. 92). Die Cultural Studies gehen damit weniger von individuellen Bedürfnissen aus, als mehr von sozialen Verhältnissen, „mit denen sich die Rezipienten symbolisch auseinander setzen und ihre Position aushandeln müssen … Populärkultur ist daher in ihrer Bedeutung nicht festgelegt, sondern die Menschen produzieren mit den Produkten der Populärkultur ihre eigenen Bedeutungen, die dann allerdings wieder von den Medien aufgegriffen werden“ (ebenda, S. 93). Die Medieninhalte werden zu „symbolischen Ressourcen“ mit denen „alltagspraktisch umgegangen wird“ (Thiermann, 2007, S. 39f.). Die Medieninhalte haben keine eindeutigen Bedeutungen und die Cultural Studies untersuchen, ob unterschiedliche soziale oder kulturelle Gruppierungen („Interpretationsgemeinschaften“ bzw. „interpretive communities“, Radway, 1984) verschiedene Lesarten entwickeln bzw. ob die soziale Lage zu bestimmten Interpretationsmustern führt. Sowohl für die strukturanalytische Rezeptionsforschung, als auch die Cultural Studies gilt, dass die sinnhafte Entschlüsselung von Medienbotschaften auf den Sinnstrukturen der RezipientInnen basiert. Gemeinsame „Sinnstrukturen“ bzw. „meaning structures“ (Schenk, 2007) können zur, von den ProduzentInnen intendierten, Lesart führen, werden aber grundsätzlich im Kontext der eigenen Erfahrungen und Vorstellungen interpretiert, was zu variantenreichen bzw. individuell variierenden Lesarten führt. Individuelle Lebenserfahrung und gesellschaftlicher Kontext sind Hintergrund der Abkoppelung zwischen Enkodierungs- (ProduzentInnenseite) und Dekodierungsprozessen (RezipientInnenseite), die zu den unterschiedlichen Lesarten führen können. Polysemisch bzw. mehrdeutig angelegte Medieninhalte unterstützen divergierende bzw. polyseme Lesarten. Um eine Abgrenzung vom Rezeptionsbegriff zu erreichen und um zu betonen, dass die Personen Medieninhalte in Beziehung zu ihrer Alltagswelt nutzen und unterschiedlich bewerten und nicht einfach übernehmen, wird im Rahmen der Cultural Studies von „Medienaneignung“ statt von „Mediennutzung“ gesprochen (Meyen, 2004). Im engeren Sinn ist damit die Nachbearbeitung der Medieninhalte zu verstehen und deren Integration in den Alltag, in das Weltbild bzw. die Bedeutung aus der Perspektive des rezipientInnenseitigen „praktischen Sinns“. Mit Medienaneignung ist also nicht das Übernehmen von Inhalten gemeint, sondern ein „Vermittlungsprozess zwischen den in spezifischen Diskursen lokalisierten Medieninhalten einerseits und den ebenfalls diskursiv vermittelten, alltagsweltlichen Lebenszusammenhängen der Nutzerinnen und Nutzer anderseits“ (Hepp, 2010, S. 165). „Das Publikum weist den medialen Angeboten in der Rezeption subjektiven Sinn zu“ (Mikos, 2006, S. 138). Die Bedeutungs- und Bewertungsprozesse sind mit den „lebensweltlichen Horizonten der Zuschauer verknüpft“ (ebenda). Die Cultural Studies gehen damit von „kulturellen Landschaften der Bedeutungsproduktion“ („maps of meaning“, Hepp, 2010, S. 12) aus, also von Subkulturen bzw. von verschie-

denen Kulturen in einer Gesellschaft, die objektiv die gleichen (Medien-) Ereignisse unterschiedlich kontextualisieren und damit verschiedene Bedeutungen produzieren. Die Cultural Studies betonen die Abhängigkeit der Medienaneignung von sozialen Faktoren bzw. von kulturellen Kontexten. Das Publikum wird in Gruppierungen sozial verorteter Individuen verstanden und die Interpretationen basieren vor allem auf der Gruppenzugehörigkeit (Kultur, Subkultur, Interpretationsgemeinschaften) und weniger auf individuellen Bedürfnissen. Jugendliche werden im Kontext der Cultural Studies auch als Subkultur aufgefasst. Das Spezifikum der Cultural Studies ist damit die Annahme von unterschiedlichen kulturellen Orientierungen und damit verbundenen verschiedenen Aneignungsprozessen. „Der Mensch ist nicht nur bei der Produktion von Gütern ein aktiv handelndes Wesen, sondern auch bei dem Konsum dieser Güter, denn Konsum ist das aktive Erzeugen von Bedeutung“ (ebenda, S. 69). Die Populärkultur ist für die Cultural Studies demnach immer auf die Lebenswelt der RezipientInnen bezogen. „Lebenswelt ist letztlich vor allem ein auf Kommunikation und damit auf symbolische Verständigungsprozesse gründender Handlungs- und Erfahrungsraum, in dessen Rahmen die Menschen die Welt interpretieren und Medien wie das Fernsehen aneignen“ (Mikos, 2006, S. 130). Auch wenn sich die Cultural Studies auf die gesellschaftlich-kulturelle Verortung von RezipientInnengruppen konzentriert, geht es doch – ähnlich wie bei der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – um den Sinn der Medienaneignung aus der Publikumsperspektive. Die Bedeutungszuweisungen durch die RezipientInnen werden im Kontext der lebensweltlichen Praxis analysiert. Die Cultural Studies bringen aber zusätzlich eine gesellschaftspolitische Dimension in die (Medien-) Diskussion ein, da von der Vorstellung ausgegangen wird, dass sich im Medienverhalten auch die Spannung „zwischen dem herrschenden gesellschaftlichen Konsens und der subjektiven, individuellen Existenz“ (Mikos, 2003, S. 94) zeigt und die Populärkultur in diesem Sinn einer der wesentlichen „Kampfplätze um symbolische Gewalt als ständiges Wechselspiel zwischen Macht und Unordnung, Regelhaftigkeit und Spontaneität – und damit ein Wechselspiel sozialer Kräfte und Verhältnisse“ (ebenda, S. 93) darstellt. Die eigene Bedeutungskonstruktion der Texte bzw. Medientexte (womit im Rahmen der Cultural Studies allgemein Medienprodukte gemeint sind) kann als Macht der RezipientInnen und als Auflehnung gegen vorherrschende Machtverhältnisse gedeutet werden bzw. „subversiven Charakter“ (Mikos, 2006, S. 129) haben. Die Unterscheidung in Denotation und Konnotation verdeutlicht die Möglichkeit unterschiedlicher Lesarten und Assoziationen mit Medienprodukten in Abhängigkeit von kulturellen Rahmen (Ang, 1986; Hall, 1999; Hepp, 2010). Cultural Studies interpretieren auch Unterhaltungserleben im sozialen Kontext. Fernsehunterhaltung kann demnach dadurch zustandekommen, dass individuelle Bedeutung unabhängig oder auch gegen dominante

Ideologien von den RezipientInnen konstruiert und damit durchgesetzt werden können (Giegler & Wenger, 2003). Die eigene soziale Identität wird damit im Zuge der Medienaneignung bzw. der Medienrezeption im Kontext der herrschenden Machverhältnisse ausgehandelt.

Obwohl die Cultural Studies auch auf handlungstheoretischen Annahmen und auf dem Symbolischen Interaktionismus aufbauen, ist der Blickwinkel in Summe vor allem ein soziologischer und vom psychologisch ausgerichteten Nutzenansatz zu unterscheiden. Die strukturell orientierten Cultural Studies versuchen „den Akt der Rezeption in einen umfassenden sozial-kulturellen Rahmen einzufügen und so die Mikroebene des individuellen Rezeptionsaktes mit der Mesoebene der sozialen Beziehungen und der Makroebene der politischen Kultur zu verknüpfen“ (Mehling, 2007, S. 189). Die reine Typisierung von Gratifikationen ist nicht das Ziel und wird nicht als hinreichende Erklärung von Medienwirkungen und Aneignungsprozessen verstanden. Weder eindimensionale Medienwirkungen im Sinne des Stimulus-Response-Modells, noch auf rein individuellen Bedürfnissen basierende Aneignungsprozesse im Sinne des Uses-and-Gratifications-Approaches werden angenommen. Röser, Thomas & Peil (2010) oder Hepp (2010) weisen explizit auf die unterschiedliche soziologische Perspektive der Cultural Studies im Vergleich zur strukturanalytischen Perspektive unter Einbeziehung des Uses-and-Gratifications-Ansatzes hin: „Diese psychologische Perspektive ist mit dem Cultural Studies-Konzept des Dekodierens im Kontext von Alltagserfahrungen und im Spannungsverhältnis zu dominanten Diskursen und Machtverhältnissen nicht vereinbar“ (Röser et al., 2010, S. 16). Der Nutzenansatz geht prinzipiell von einer individuellen Interpretation der Medieninhalte aus; die Cultural Studies allerdings von Interpretationsgemeinschaften mit bestimmten „kulturellen Orientierungen bezüglich der Dekodierung von Medienprodukten“ (Hepp, 2010, S. 168) bzw. von unterschiedlichen Rezeptionskontexten.

Studien im Rahmen der Cultural Studies betonen anfänglich die Abhängigkeiten der Lesarten von Klassenzugehörigkeit (Morley, 1980) bzw. gehen grundlegend davon aus, dass unterschiedliche Interpretationsleistungen der RezipientInnen soziokulturell vermittelt sind (Kim, 2004), was u.a. zur Kritik führte, dass die Cultural Studies die Medienanalyse – zumindest teilweise – in eine marxistische Gesellschaftstheorie einzubetten versucht (Meyen, 2004). Häufig stehen Machtverhältnisse, Geschlechterrollen und gesellschaftliche Verortung (u.a. Hipfl, Klaus & Scheer, 2004) im Vordergrund. Bei den Cultural Studies geht es um eine kritische Auseinandersetzung mit Kultur und Macht. Medien spielen dabei eine wesentliche Rolle, „da sie in gegenwärtigen Gesellschaften herausragende Instanzen der Bedeutungsproduktion sind“ (Hepp, 2010, S. 16). Die Medienaneignung wird u.a. in Abhängigkeit von sozialen Rollen differenziert.

Beispielsweise wird die Aneignung von Fernsehserien bzw. Soap Operas („Crossroads“) durch Hausfrauen nicht als eskapistisch betrachtet, sondern als eine Art symbolische Auseinandersetzung mit ihren aus dem eigenen Alltag bekannten Problemen (Hobson, 1982; vgl. Hepp, 2010). Auch Ang (1986) beschäftigt sich mit der Aneignung von Fernsehprodukten und interpretiert den Nutzen für die RezipientInnen nicht in der Flucht vor der Realität, sondern in der Möglichkeit der spielerischen Verhandlung der aus dem eigenen Leben bekannten Probleme. Ang (1986) unterscheidet nach der Analyse von 42 Briefen zur TV-Serie „Dallas“ eine denotative und konnotative Lesart. Der konnotative Zugang bezieht sich auf die assoziativen Bedeutungen der Texte bzw. Medieninhalte. Gerade die Assoziationen zu eigenen Problemen können zu einem Unterhaltungserleben führen. Ang ortet im „emotionalen Realismus“ (ebenda, S. 57ff.) der Serie einen wesentlichen Erfolgsfaktor. Zwar sind die formal-inhaltlichen Elemente der Serie für ein nicht-amerikanisches Publikum nicht besonders realistisch, die Charaktere, die zwischenmenschlichen Konflikte und Situationen aber schon: „Die konkreten Situationen und Komplikationen werden vielmehr als symbolische Darstellung allgemeiner Lebenserfahrungen angesehen: Streit, Intrigen, Probleme, Glück und Unglück. Und genau in diesem Sinne finden die Briefeschreiber Dallas ‚realistisch‘. Mit anderen Worten, sie schreiben Dallas hauptsächlich emotionale Bedeutungen zu“ (ebenda, S. 57). Der emotionale Realismus bezieht sich nicht linear auf die soziale Realität der RezipientInnen, sondern vor allem auf ein Verstehen der zwischenmenschlichen Probleme. Ang interpretiert seine Ergebnisse ebenfalls in Abgrenzung zur Eskapismus-These. Die RezipientInnen wollen demnach nicht vor ihren eigenen Problemen flüchten, sondern in einem fiktionalen Umfeld die ihnen aus der eigenen Lebenswelt bekannten Probleme bearbeiten. Für die vorliegende Arbeit ist der Aspekt der emotionalen Anschlussfähigkeit an die Lebenswirklichkeit der RezipientInnen besonders interessant.

Grundsätzlich arbeiten auch die Cultural Studies mit ethnografischen Methoden (häufig eine Kombination aus Tiefeninterviews, Gruppendiskussionen und teilnehmender Beobachtung). In der Aneignungsforschung werden mittels Triangulation verschiedene Methoden kombiniert, die üblicherweise dem qualitativen Paradigma zuzuordnen sind. Zur Untersuchung eines Phänomens werden unterschiedlich erhobene Daten von u.U. unterschiedlichen ForscherInnen, ev. zu unterschiedlichen Zeitpunkten analysiert.

Trotz forschungstheoretischer Differenzen, können Ergebnisse im Kontext der Social Studies mit der strukturanalytischen Forschung in Verbindung gebracht werden – vor allem Untersuchungen, in denen die Interpretation der Medieninhalte im Sinne einer Identitätsarbeit (Winter, Thomas & Hepp, 2003; Mikos, 2005; Wegener, 2008) bzw. als differenzierte Aneignungsprozesse im Kontext der Alltagserfahrungen (Götz,

2003; Barthelmes et al., 2001; Barthelmes, 2001, Huber & Meyen, 2006; Röser, 2007; Thomas, 2008) beleuchtet werden. Probleme aus dem sozialen Kontext (Familie, Peer-Group) werden durch die Medien aufgegriffen und werden kompensatorisch angeeignet. Anderseits bieten Medien „fiktionale“ Handlungsvarianten an (wie Überschreitungen von Normen und Wertvorstellungen) und können zur Stabilisierung von Selbstbildern beitragen. Auch die strukturanalytische Rezeptionsforschung argumentiert bezüglich der Identitätsarbeit ähnlich. Die Rezeptionssituation kann als „identitätsrelevantes Probehandeln“ bezeichnet werden, das den RezipientInnen ohne reale Konsequenzen oder Handlungsverpflichtungen intersubjektive Perspektiven auf verschiedene Handlungsmöglichkeiten bietet (Neumann-Braun, 2005, S. 63).

Andere Studien bringen explizit Entwicklungsthemen der Kinder mit Erinnerungsthemen der Erwachsenen bezüglich des Erfolgs von TV-Sendungen in Verbindung. Mikos & Topper (2009) untersuchen beispielsweise verschiedene Aspekte der Sendungen („Wetten, dass ..?“, „DSDS“ und Sportsendung) auf dramaturgische, narrative und ästhetische Elemente, die Kinder und Erwachsene besonders ansprechen. Mikos et al. folgern, dass der Erfolg dieser Formate darin liegt, dass sie Entwicklungsthemen der Kinder und Erinnerungsthemen (Kindheitsfantasien) der Erwachsenen ansprechen.

Götz identifiziert (2003) anhand von 308 Einzelfällen typische Aneignungsmuster von Daily Soaps („Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, „Marienhof“, „Verbotene Liebe“ und „Unter uns“) bei Kindern und Jugendlichen. Götz folgert: „Bei einer relativ großen Gruppe von Mädchen und einigen Jungen liegt die wichtigste Bedeutung der Soap in einer Spiegelfunktion in bestimmten Figuren, die besondere Relevanz haben, für sie im Mittelpunkt der nacherzählten Geschichte stehen und im Zentrum ihrer medienbezogenen Phantasie“ (ebenda, S. 274). Daily Soaps haben bei den 10- bis 19-jährigen Mädchen besonders hohe Marktanteile, was mit den angesprochenen Adoleszenz-Themen in Verbindung gebracht wird. Das Thema der Beziehungen wird aus verschiedenen Blickwinkeln bearbeitet und die Mädchen können u.a. ihr Wissen, ihre Gefühle, ihre Unsicherheiten und ihre Fantasien durch die Medien bearbeiten. Damit repräsentieren die Daily Soaps die relevanten Themen der Mädchen, die sie auch im realen Alltag beschäftigen: „Ihre eigenen, als übergroß erlebten Alltagskrisen finden sie dabei symbolisch in den melodramatischen Stoffen wieder“ (ebenda, S. 276). In der „realen“ Anschlusskommunikation wird die Lesart der jeweiligen RezipientInnengruppe präsent. So sprechen die Mädchen nach der Soap-Zuwendung über jene Aspekte des Programms, die ihnen wichtig sind bzw. was auf ihr Leben bezogen relevant ist. Die hohe Emotionalität der Daily Soaps thematisiert die Ängste und Hoffnungen der für die RezipientInnen im realen Leben zumindest latent vorhandenen Probleme und knüpft damit

„inhaltlich potenziell an die Emotionalität der Rezipienten im Alltag an“ (ebenda, S. 278). Allgemein wird an Reality-TV und insbesondere Doku-Soaps für wesentlich erachtet, dass die Inhalte „anschlussfähig an die Lebenswelten“ der RezipientInnen sind (Röser et al., 2010 S. 8). Als Nutzungsmotiv von Reality-TV kann u.a. die Stabilisierung der eigenen Person über soziale Vergleichsprozesse fungieren (Schorr & Schorr-Neustadt, 2000).

Thomas (2010) untersucht „Lifestyle-TV“ hinsichtlich dessen Anschlussfähigkeit an Alltagserfahrungen, die auf „kognitiv-rationaler, kommunikativer, formal-inhaltlicher, emotionaler bzw. phantasiebezogener wie performativer Ebene beruhen“ (ebenda, S. 40) kann. Mit kognitiv-rational ist der Bezug zu biographisch bedeutsamen Themen, lebensgeschichtlichen Erfahrungen und Handlungen gemeint (Livingstone, 1990; Mikos, 1994; Cornelißen, 1998), mit kommunikativ die Einbindung in alltägliche Kommunikationsnetzwerke und mit formal-inhaltlich die Diskussionen mit anderen Personen (Brown, 1994). Die emotionale Anschlussfähigkeit bezieht sich in Anlehnung auf Ang (1986) auf einen „emotionalen Realismus“ (z.B. bei der Serie „Dallas“). Die fantasievolle Anschlussfähigkeit auf die Ver- bzw. Bearbeitung ambivalenter Alltagserfahrungen (Walkerdine, 1997) und die performative Anschlussfähigkeit auf Körperdiskurse und -praktiken.

Die Medienaneignungsprozesse von Jugendlichen sind auch für die Cultural Studies von zentraler Bedeutung. Von Anfang an wurden die Jugendlichen als aktiv und bedeutungszuschreibend hinsichtlich TV-Serien gesehen und nicht als passive RezipientInnen, die den Medienprodukten ausgeliefert sind. Jugendliche verhandeln am symbolischen Material von TV-Serien Moralvorstellungen, gesellschaftliche Normen, Gender-Rollen und haben Zugang zu sonst tabuisierten Themen wie Sexualität, Verbrechen und Gewalt (Buckingham, 1987 am Beispiel von „EastEnders“). Mikos, Winter & Hoffmann (2007) weisen auf die bedeutende Rolle der Medien auf die Sozialisation von Kindern und Jugendlichen aus der Perspektive der Cultural Studies hin. Dabei zeigen sich Überlappungen mit Themen im Rahmen der strukturanalytischen Rezeptionsforschung: Medien helfen dabei, die Welt zu deuten und Sinnperspektiven zu entwickeln. Die RezipientInnen setzen sich mit dem symbolischen Material der Medien auseinander. „Gerade Medien versorgen uns mit symbolischen Ressourcen, Identifikationen und Geschichten, die die Basis für unser reflexives Projekt der Ich-Identität sind. Deshalb entwickeln wir eine Lust auf Medien, die für unsere Identitätsbildung essentiell sind“ (ebenda, S. 13). Sozialisations- und Entwicklungsthemen werden mit Hilfe der Medien bearbeitet: von der Ablösung von den Eltern, Hinterfragung von Lebensentwürfen und Vorstellung von alternativen Lebensmodellen, Identitätsfindung und Selbstdarstellung bis zur Entwicklung der Sexualität. Die Cultural Studies betonen die

Rolle der Medien zur Identitätsbildung, Verortung in der Gesellschaft und die symbolische Verständigung über Normen und Werte. „Die vielfältigen Lebensformen, Ideen, Werte und Rollenbilder, die in den Medien thematisiert werden, dienen als Ressourcen für die eigene Identitätsbildung (ebenda, S. 12). In diesem Sinne analysiert Thomas (2007) Castingshows als Identifikationsangebote mit einem Fokus auf die Anschlussfähigkeit von Medien- und Alltagserfahrungen bei SchülerInnen auf Basis von Gruppendiskussionen (75 GymnasialschülerInnen der 6., 8. und 11. Klasse in Gruppen zu je sechs TeilnehmerInnen). Mediendiskurs und Alltagspraxen sind demnach ineinander verwobene „Bedeutungsproduktionen“ mit „geteiltem Sinn“. Klaus & O'Connor (2010) untersuchen Jugendliche in Österreich und Irland und deren Aneignung von aktuellen Castingshows („Starmania“ in Österreich und „You're a Star“ in Irland). Dabei wurde eine Kombination von Gruppendiskussionen, teilnehmender Beobachtung und qualitativen Interviews verwendet. Auch in dieser Studie zeigt sich, dass Castingshows die Möglichkeit bieten, Identitäten zu verhandeln bzw. „wer wir sind“, „wo wir herkommen“, „wer wir sein könn(t)en“ (ebenda, S. 49). Die Verhandlung von Identität kann demnach auf drei Ebenen stattfinden: im sozialen Kontext (soziale Netzwerke, Freunde, Familie, soziale Beziehungen), im normativen Diskurs (Spielregeln des sozialen und kulturellen Miteinanders) und bezüglich der Verortung (Identitätsräume wie Nation, Geschlecht, Klasse, Ethnie etc. werden bestätigt, hinterfragt oder verändert). Emotionalität wird in dieser Arbeit als Teilaspekt behandelt, hängt vor allem von Beurteilungen (z.B. der Jury, Gerechtigkeit, Fairness) und Normen (z.B. Geschlechterrollen) zusammen. Bragg & Buckingham (2007) untersuchen die Identitätskonstruktion von Jugendlichen im Kontext der Medienaneignung und die Zugehörigkeit der Jugendlichen zu „interpretive communities“. In die Studie wurden 96 10- bis 16-jährige Jugendliche einbezogen und methodisch Tagebücher über Mediennutzung und -bewertung, Notizen über Darstellungen von Liebe, Sexualität und Beziehungen in Kombination mit Interviews vor und nach der Darbietung von Medieninhalten (Ausschnitt aus Talkshows, Serien und Filmen aber auch Printmedien als Medienreize) mit abschließenden Gruppendiskussionen verwendet. Die Jugendlichen bildeten Interpretationsgemeinschaften, also soziale Gruppen mit ähnlichen Bedeutungskonstruktionen und Interpretationsmustern. Ebenso wie die strukturanalytische Rezeptionsforschung sind die Cultural Studies nicht auf Kinder- oder Jugendstudien beschränkt. Beispielsweise stellt Röser (2007) eine Verbindung zwischen gesellschaftlichen Gewalt- und Machtstrukturen, Medieninhalten (Krimigewalt) und Rezeption her. Auf Basis von Gruppendiskussionen mit 127 Erwachsenen werden die unterschiedlichen Bedeutungszuschreibungen je nach RezipientInnenpositionierung innerhalb von gesellschaftlichen Gewalt- und Dominanzverhältnis-

sen und die daraus resultierenden, unterschiedlichen emotionalen Reaktionen (von Angst bis Langeweile und Vergnügen bis Irritation) auf Krimigewalt analysiert.

Einen umfassenden Überblick über Medienfunktionen im Sinne der Cultural Studies bietet Meyen (2004) oder Röser et al. (2010) hinsichtlich der Beziehung zwischen Medien und Alltag. Die Bandbreite der Untersuchungen reicht von weiteren Studien zum Identitätsaufbau von Jugendlichen (Gillespie, 1995) über Mediengewalt als Symbolisierung von Macht(fantasien) und von eigenen Ohnmachtspositionen (Röser, 2001), Filmfiguren als Vorbilder für mehr Unabhängigkeit und Stärke (am Beispiel von „Lara Croft“, Gauntlett, 2002) oder Medienfiguren als Symbol für die soziale Ohnmacht und Kampfgeist bzw. als Symbol des eigenen Lebenskampfes (Bearbeitung der eigenen Ängste und von Träumen am Beispiel „Rocky II“, Walkerdine, 1986) bis zum Umgang mit Neuen Medien (Voß, Holly, & Boehnke, 2000; Boehnke, & Döring, 2001; Keitel, Boehnke, & Wenz, 2003; Schütz, Habscheid, Holly, Krems, Voß, 2005).

2.2.6 Integration der Ansätze

Neben den oben beschriebenen Analogien der Ansätze verbindet Mikos (2001) in einer „Rezeptionsästhetik des Fernsehens“ explizit die Arbeiten aus dem Kontext der Cultural Studies u.a. mit der strukturanalytischen Rezeptionsforschung. Die Grundannahmen des interpretativen Paradigmas finden sich in seinen Arbeiten ebenso, wie die Forderung nach einer Verbindung zwischen „Text“-Analyse, also Medieninhalten und RezipientInnen-Bedürfnissen. Weiter wird die strukturelle wie soziale Eingebundenheit der Mediennutzung betont, ohne die Vorstellung von den aktiven RezipientInnen aufzugeben: „Der Konsum von Produkten der Kulturindustrie, von Filmen, Fernsehsendungen, Büchern etc. ist ein aktiver Prozess der Aneignung im Rahmen der Relevanzstrukturen der Lebenswelt“ (ebenda, S. 55). Mikos diskutiert u.a. die Aneignungsprozesse der Medieninhalte durch die verschiedene Publika im Sinne der Cultural Studies und der strukturanalytischen Rezeptionsforschung: „Die Qualität des Fernsehens bemisst sich also nicht nur nach den ästhetischen Standards der Sendungen, sondern auch danach, ob sie für die Zuschauer Bedeutung erlangen und Sinn machen können. Fernsehsendungen haben keine Qualität an sich. Diese entwickelt sich erst in der Dialektik von Werk/Rezipient, die sich in der Rezeption und Aneignung als interpretative Leistung des Publikums vollzieht“ (ebenda, S. 13). Die angenommene Aktivität des Publikums wird durch die soziale Einbindung der RezipientInnen und durch die Texte, also Medieninhalte vorstrukturiert bzw. limitiert. Fernsehen wird als alltägliches, teils routiniertes Handeln verstanden, das auf alltäglichen Bedürfnissen beruht. Das Publikum nützt die Medien im Rahmen „lebensweltlicher Bezüge“ (ebenda, S. 14).

Obwohl die strukturanalytische Rezeptionsforschung (inklusive der Arbeiten zum „Praktischen Sinn“) und die Cultural Studies unterschiedliche Interpretationsstandpunkte einnehmen, können beide Forschungstraditionen dem interpretativen Paradigma zugeordnet werden. Beide Richtungen betonen die Einbettung der Medienhandlungen in das Alltagshandeln und die grundsätzliche Sinnhaftigkeit der Medienhandlungen in dessen Kontext, sowie deren Ebenbürtigkeit zu allen anderen menschlichen Handlungen. Die strukturanalytische Rezeptionsforschung betont die individuelle Situation (psychologische Perspektive) und die Cultural Studies interpretieren in Richtung der gesellschaftlichen Einbettung der RezipientInnen (soziologische Perspektive). Bei den Cultural Studies rückt im Vergleich zur strukturanalytischen Rezeptionsforschung die gesellschaftliche Perspektive auf Kosten der individualpsychologischen in den Mittelpunkt der Überlegungen. Beide Ansätze unterstützen aber die Annahme, dass RezipientInnen Medieninhalten vor allem dann Relevanz verleihen, wenn durch sie Bezüge zu den eigenen sozialen Erfahrungen hergestellt werden können bzw. wird den Medientexten „im Rahmen der lebensweltlichen Relevanzstruktur Bedeutung“ zugewiesen (Mikos, 2004, S. 23). Unterschiedliche lebensweltliche Bezüge der RezipientInnen führen zu unterschiedlichen Interpretationen z.B. von Gewaltszenen (Röser, 2000). Beispielsweise kann „Mediengewalt von Rezipierenden als Symbolisierung von Macht(phantasien) und von eigenen Ohnmachtspositionen gelesen werden“ (Röser, 2001, S. 150).

Unterschiedliche soziale Erfahrungen führen zu unterschiedlichen Interpretationen der objektiv gleichen Medientexte. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird angenommen, dass sich auch die emotionalen Reaktionen auf die Medieninhalte ändern in Abhängigkeit zu den Bewertungen von Mediensituationen oder -charakteren, die wiederum auf unterschiedlichen Lebenserfahrungen und -kontexten basieren. Je nach Entwicklungsaufgaben, sozialen Erfahrungen und sozialer Verortung sind Themen unterschiedlich relevant, werden unterschiedlich interpretiert und bewertet und lösen – ganz im Sinne der kognitiven Emotionstheorien – auch unterschiedliche emotionale Reaktionen bei den RezipientInnen aus.

2.2.7 Zusammenfassung und Implikationen

Schon im Kontext des Nutzenansatzes wird eine Verbindung zwischen Alltag und Medienhandeln hergestellt. Die Arbeiten im Rahmen der strukturanalytischen Rezeptionsforschung und der Cultural Studies differenzieren und vertiefen diese Denkrichtung. Im Rahmen der strukturanalytischen Rezeptionsforschung werden RezipientInnen vor allem als Menschen gesehen, die ihr Leben zu bewältigen und ihre Identität zu bilden haben. Medienkonsum steht dabei vor allem im Dienst der Bewältigung des

Alltags. Die strukturanalytische Rezeptionsforschung geht also von den für die RezipientInnen (alltags-) relevanten Themen aus, die sich auf die Mediennutzung auswirken. Diese Themen ergeben sich aus der Bedürfnislage und Lebenssituation der RezipientInnen. Diese „handlungsleitenden Themen“ steuern die Wahrnehmung, Interpretation und Verarbeitung u.a. des Medienangebots. In den Medieninhalten wird nach symbolischer Repräsentanz dieser Themen gesucht. Somit können z.B. wiederkehrende Fantasien, Realitäts- oder Handlungsentwürfe oder Selbstbilder durch die Medienzuwendung bearbeitet werden. So geht es auch um eine Vermittlung von Medieninhalten und Biographie. Die handlungsleitenden Themen können als Reaktion auf äußere Handlungsprobleme interpretiert werden oder sich auf bestimmte Anforderungen in bestimmten Lebensabschnitten beziehen (z.B. die Lösung von notwendigen Entwicklungsaufgaben). In diesem Zusammenhang wird von „thematischer Voreingenommenheit“ gesprochen, die sich in Summe auf die Auseinandersetzung mit zentralen Fragen der Identität und Lebensführung bezieht. Insofern werden Medieninhalte durch „voreingenommenes Sinnverstehen“ angeeignet. Die Annahmen der strukturanalytischen Rezeptionsforschung wurden explizit von Kindern auf Erwachsene erweitert. Handlungsleitend sind die „Lebensthemen“, die ebenfalls aus dem lebensweltlichen Zusammenhang resultieren und ebenso das Medienhandeln beeinflussen. Medien werden nicht als allgemeine Stimmungsregulatoren angesehen (in Abgrenzung zum „Mood-Management“, siehe Kapitel „Stimmungsmanagement“). Wesentlich ist die Verbindung von Medieninhalten zu Lebensthemen, also zu den für die Person relevanten Inhalten. Die emotionalisierende Medienauseinandersetzung hat die Realwelt der RezipientInnen als Basis.

In der Forschungspraxis wird versucht, die handlungsleitenden Themen meist über eine qualitativ ausgerichtete Methodenkombination von interpretativen, rekonstruktiven Methoden zu erfassen. Beispielhafte Studien verdeutlichen geschlechtsspezifische, thematische Voreingenommenheit auf Basis unterschiedlicher Entwicklungs- oder Lebensthemen, aber auch grundsätzlich unterschiedliche Aneignungsstrategien in Abhängigkeit von individuell unterschiedlichen Erfahrungen. Verschiedene lebensweltliche Erfahrungen führen zu unterschiedlichen Wahrnehmungs- und Verarbeitungsweisen und auch zu unterschiedlichen Bewertungen der Medieninhalte. Die objektiv gleichen Medienreize können demnach zu verschiedenen emotionalen Reaktionen führen. Die Verbindung von Lebenskontext und damit verbundener Mediennutzung wurde von Kindern und Jugendlichen über Erwachsene bis zu älteren Menschen untersucht.

Die Cultural Studies beschäftigen sich weniger mit individuellen Bedürfnissen als mehr mit sozialen Verhältnissen der RezipientInnen. Allerdings werden ähnlich wie bei der strukturanalytischen Rezeptionsforschung die Medien zur symbolischen Ausei-

nandersetzung mit der eigenen Lebenssituation genützt. Im Rahmen der Cultural Studies spricht man von „Interpretationsgemeinschaften“ aufgrund der sozialen Lage bzw. des Milieus. Die Aneignungsprozesse werden nicht aus der psychologischen, sondern aus der soziologischen Perspektive betrachtet. Im Mittelpunkt stehen verschiedene Bedeutungszuweisung von Gruppen mit unterschiedlichen kulturellen Orientierungen. Hervorzuheben ist auch der Begriff des „emotionalen Realismus“ (Ang, 1986), der sich nicht auf die Ähnlichkeit zwischen medial dargestellten und realen Lebensumständen der RezipientInnen bezieht, sondern vor allem auf zwischenmenschliche Interaktion und Konflikte. Damit rückt die konnotative Bedeutung der Medientexte in den Blickpunkt, womit vor allem die assoziative, emotionale Bedeutung gemeint ist. Die Cultural Studies untersuchen demnach auch die emotionale Anschlussfähigkeit der Medientexte an die Lebenswirklichkeit der RezipientInnen.

Für die Analyse von medienevozierten Emotionen liefert sowohl die strukturanalytische Rezeptionsforschung als auch die Cultural Studies wesentliche Überlegungen. Beide Forschungstraditionen gehen von der Einbettung der Medienhandlungen in das Alltagshandeln und von der grundsätzlichen Sinnhaftigkeit der Medienhandlungen in dessen Kontext aus. Die Medienaneignung geschieht im Rahmen der Relevanzstrukturen der RezipientInnen und beeinflusst die Interpretation der Inhalte. Die Verbindung der beiden Ansätze mit den kognitiven Emotionstheorien der vorliegenden Arbeit kann theoretisch die Abhängigkeit unterschiedlicher Medienemotionen von individuellen Bewertungen auf Basis verschiedener „handlungsleitender Themen“ erklären. Mit unterschiedlichen Bewertungen gehen unterschiedliche Emotionen im Rezeptionskontext einher. In Summe betonen beide Ansätze, dass RezipientInnen Medieninhalten vor allem dann Relevanz verleihen, wenn durch sie Bezüge zu den eigenen sozialen Erfahrungen hergestellt werden können. Je nach Lebensthemen, Entwicklungsaufgaben, sozialen Erfahrungen und sozialer Verortung sind Themen unterschiedlich relevant, werden unterschiedlich interpretiert und bewertet und lösen – ganz im Sinne der kognitiven Emotionstheorien – auch unterschiedliche emotionale Reaktionen bei den RezipientInnen aus.

3 MEDIENFORSCHUNG UND EMOTIONEN

Obwohl sich die Medienforschung seit ihren Anfängen mit Emotionen beschäftigt und Emotionen mittlerweile ein zentraler Untersuchungsgegenstand sind (Bryant, Roskos-Ewoldsen & Cantor, 2003), kann eine gewisse Verspätung einer intensiven Emotionsdebatte festgestellt werden (Wirt, Schramm & Böcking, 2006, Schenk, 2007), die u.a. auf eine relativ späte Entwicklung expliziter Emotionstheorien in den Grundlagendisziplinen Psychologie und Philosophie zurückgeführt werden kann (Hediger,

2006). Theorien und Studien, die sich mit emotionalen Medienaspekten beschäftigen, werden vor allem den Fachbereichen der Medienpsychologie (Winterhoff-Spurk, 1999, 2004; Mangold, Vorderer & Bente, 2004) oder der Medienwirkungsforschung bzw. der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Schenk, 2007; Kunczik & Zipfel, 2007) zugeordnet. Die Medienforschung war und ist mit unterschiedlichen akademischen Fächern verwoben: Die Involvierung der Nachbardisziplinen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Sozialpsychologie, Werbepsychologie bzw. Angewandte Psychologie, Soziologie, Politikwissenschaft, Pädagogik oder der Filmwissenschaften erschweren eine eindeutige Zuordnung der theoretischen und empirischen Ansätze zu den einzelnen Forschungstraditionen. In Summe wurden die Theorien der Emotionspsychologie nur teilweise von medienwissenschaftlichen Arbeiten aufgegriffen (Schramm & Wirth, 2006, Winterhoff-Spurk, 2004). Trotz früher medienpsychologischer Studien, wie die Untersuchung emotionaler Filmwirkungen bei Kindern und Jugendlichen (Dysinger & Ruckmick, 1933; Dale, 1935), kam es zu einer relativ späten Etablierung des Fachbereichs der Medienpsychologie als eigene Forschungsdisziplin (Winterhoff-Spurk, 2004; Trepte, 2004). So wurden schon bei den ersten KinobesucherInnenbefragungen differenzierte Genre-Präferenzen identifiziert: „Die amerikanischen Umfragen ergaben etwa geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich der präferierten Genres, die auf bevorzugte Gefühlslagen verwiesen. Während Burschen Western, Kriegs- und Abenteuerfilme präferierten, waren es bei Mädchen Romanzen, Tragödien und Komödien. Auch bei Erwachsenen wurden frühzeitig ähnliche Differenzen ausgemacht“ (Bösch & Borutta, 2006, S. 27; vgl. Jowett, 1985). In den 1960er und 1970er Jahren wurden erste Überblicksarbeiten zur Medienpsychologie mit Schwerpunkt Fernsehen (Maletzke, 1963; Benesch, 1968; Bergler & Six, 1979) verfasst, sowie fachspezifische Zeitschriften („Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis“) gegründet. Mit diesen Veröffentlichungen wurde der Fokus der Untersuchungen von den bis dahin üblichen Beschreibungen der RezipientInnen anhand von soziodemografischen Merkmalen auf Studien hinsichtlich Fragestellungen zum menschlichen Erleben und Verhalten, inklusive emotionalem Erleben und kognitiven Wirkungen, erweitert (Trepte, 2004). In den 1960er Jahren dominierten im Grunde Wirktheorien die Medienforschung, die aber noch kaum emotionale Aspekte des Rezeptionsprozesses untersuchten. Die wichtigsten Forschungsfragen zielten auf kognitive und verhaltensbezogene Effekte seitens der RezipientInnen und die folgenden Forschungsrichtungen können diesbezüglich unterschieden werden (Winterhoff-Spurk, 2001, 2004):

- Medien als Sozialisationsinstanzen: Dabei geht es vor allem um den Einfluss der Medien auf Kinder und Jugendliche. Zentral ist die Frage medienvermittelter Inhalte

auf aggressives oder prosoziales Verhalten, aber auch auf schulische und intellektuelle Leistungen. Die Wirkung auf soziale Einstellungen, das Verständnis der Geschlechterrollen und auch die Wirkung der Werbung zählt zu dieser Forschungsrichtung.

- Die Kultivierungsforschung: Dabei wird zwar - ähnlich wie oben - der Einfluss der Medien auch auf soziale Einstellungen untersucht, allerdings geht es mehr um die Auswirkungen auf das Weltbild bzw. auf die Meinungen über die gesellschaftlichen und politischen Lebensbedingungen der realen Welt der RezipientInnen. Die Kultivierungsforschung kann man unterteilen in Untersuchungen der Rezeptionsfähigkeiten bzw. „cultivation of mental skills“ (Salomon, 1981) und der Auswirkungen des Fernsehens auf soziale Einstellungen „cultivation of beliefs“ (Gerbner, Gross, Morgan & Signorelli, 1994; Gerbner, Gross, Morgan, Signorielle & Shanahan, 2002).
- Ideologische Medienwirkungen: Hierbei geht es vorwiegend um die Bildung von politischen Einstellungen und den Einfluss der Medien im Wahlentscheidungsprozess. Das medial vermittelte Image der PolitikerInnen und die Auswirkungen von politischen Diskussionen im TV sind zentrale Forschungsthemen. Neben der Kampagnenforschung ist hier auch die Theorie der „Schweigespirale“ (Noelle-Neumann, 1980) anzuführen, die sich mit der öffentlichen Meinungsbildung auseinandersetzt.
- Thematisierungsfunktion der Massenmedien: Das sog. „agenda-setting“ bzw. die Thematisierungshypothese geht davon aus, dass die RezipientInnen sozusagen nach den Vorgaben der Medien über gewisse Themen nachdenken und über andere, die in den Medien nicht vorkommen, eben auch eben weniger. Die Medien setzten die thematischen Prioritäten bzw. beeinflussen vor allem worüber die RezipientInnen nachdenken.
- Wissenskluft-Forschung („knowledge-gap“): Die Wissenskluft-Hypothese geht davon aus, dass Medien die unterschiedlichen Wissensstände zwischen gebildeten, höheren Sozialschichten und weniger gebildeten und niedrigeren Sozialschichten verstärken.

In den 1980/1990er Jahren dominierte das Medium Fernsehen klar die medienpsychologische Forschung (Trepte, 2004; Groebel, 1994; Winterhoff-Spurk, 1998; Güdler, 1996). Wesentliche medienpsychologische Themen (Trepte, 2004) sind Auswirkungen von Fernsehgewalt, vor allem auf Kinder und Jugendliche (Groebel, 1986, 1988), Wirkungen von Nachrichten auf Einstellungen (Winterhoff-Spurk, 2001), psychophysiologische Auswirkungen der TV-Rezeption (Sturm, Vitouch, Bauer & Grewe-Bartsch, 1982), wahrnehmungs- und emotionspsychologische Arbeiten zur „fehlenden Halbsekunde“ (Sturm, 1982), die Persuasionsforschung (Vorderer & Trepte, 2000),

das „Mood-Management“ (Zillmann, 1988a, 1988b, 2000) und die „parasoziale Interaktion“ (Horton & Wohl, 1956, 1986; Gleich, 1997). Hinzu kommen Arbeiten zur Werbewirkung und zum sog. „Affektfernsehen“ (Bente & Fromm, 1997, 1998). Die Fernseh-Wirkungsforschung beschäftigt sich in Summe vor allem mit Aggressivität, Angst und parasozialen Bindungen (Winterhoff-Spurk, 2004). Obwohl emotionale Aspekte der Rezeptionsforschung kaum explizite Forschungsziele waren, wurden in einigen der oben genannten Forschungsansätze emotionale Aspekte „mituntersucht“. Als Beispiele kann man die Gewalt- und Kultivierungsforschung mit der diagnostizierten generalisierten Angst der Vielseher, die Wahl- und auch die Nachrichtenforschung mit dem Trend zur Personalisierung und Emotionalisierung anführen. Seit den 1990er Jahren wurden die emotionalen Aspekte der Massenkommunikation zu einem zentralen Thema der Medienwissenschaften (Hediger, 2006; Grau & Keil, 2005; Tröhler & Hediger, 2009; Smith, 2003; Schwab, 2001; Scherer, 1998). Auch Winterhoff-Spurk (2004, S. 31) diagnostiziert in der Medienpsychologie ein „Wiedererwachen des Interesses an emotionalen Prozessen“ an den Beispielen Bente, Stephan, Jain und Mutz (1992), Bente und Vorderer (1997), Bryant und Zillmann (1991), Unz und Schwab (2004), Vitouch (1993), Zillmann und Bryant (1994), Bryant und Miron (2002) und Winterhoff-Spurk (1997). Die Wegbereiter der strukturanalytischen Rezeptionsforschung Charlton und Neumann (1986) wiesen ebenfalls auf die Bedeutung der Emotionen für die TV-Nutzung hin:

> Medienrezeption ist nicht nur ein kognitiver Prozeß, sondern gerade auch ein emotionales Geschehen. Die bislang entwickelte rollentheoretische Analyse kann uns noch nicht erklären, wie die emotionale Beteiligung beim Zuschauer zustande kommt und welche Bedeutung sie für die Identitätsbildung hat. Das emotionale Miterleben in der ‚Illusion‘ gründet auf eigenen Erfahrungen des Zuschauers, da man den anderen nur über die Selbstdeutung verstehen kann. (ebenda, S. 24)

Aktuelle Definitionen von medienpsychologischer Forschung umfassen selbstverständlich emotionale Aspekte im Kontext des Kommunikationsprozesses:

> Medienpsychologie beschäftigt sich mit menschlichem Erleben und Verhalten im Umgang mit Medien. Hierzu gehören sowohl die motivationalen Voraussetzungen, die zur Anwendung zu bestimmten Medien und Inhalten führen, als auch die individuellen Kompetenzen, die für eine angemessene Medienwahl und eine effiziente Mediennutzung erforderlich sind, insbesondere aber auch die kognitiven, emotionalen und verhaltensmäßigen Wirkungen, welche die Mediennutzung bei Individuen und Gruppen hinterlässt. (Mangold, Vorderer & Bente, 2004, S. VII)

In den Forschungsrichtungen Persuasions-, Kampagnen-, Nachrichten- oder Kultivierungsforschung wurde Emotionen eine eher manipulative, den Kognitionen entgegenwirkende Kraft unterstellt. Als Grundlage für diese Sicht der Medien als manipulative Kraft hinsichtlich der Beeinflussung der Emotionen der RezipientInnen findet Hediger (2006) zumindest drei in europäischen Denktraditionen verankerten Annahmen, die Emotionen tendenziell als Hindernis zur Urteilsbildung sehen:

> 1) Dass Gefühle ohne Verstand sind, also kognitiv defizient, weshalb sie sich auch manipulieren, d.h. täuschen lassen; 2) dass Gefühlserleben mit einem Verlust der Distanz zwischen Subjekt und Welt einhergehen, also ein Moment der Selbstaufgabe und des Selbst- und Kontrollverlustes mit sich bringt; und 3) dass Gefühl und Verstand in einem Widerspruch stehen, und dass der Verstand, um gut arbeiten zu können, sich des Gefühls entledigen muss. (ebenda, S. 43)

In der „Mutterdisziplin“ Psychologie waren es vor allem die Arbeiten von Arnold (1960) und Lazarus (1966) (siehe Kapitel „Kognitive Emotionstheorien“), die versuchten, die bis dahin geltende Ansicht vom Gegensatz von Intellekt bzw. Kognitionen und Gefühl bzw. Emotionen durch die Ausformulierung der kognitiv orientierten Emotionstheorien zu überwinden. Durch die kognitivistische Interpretation werden Emotionen nicht mehr als „Gegenpol zur Rationalität“ angesehen (Bösch et al., 2006, S. 16). Im Gegensatz zum Behaviorismus, in dem die „Störvariable“ Emotionen aus dem Reiz-Reaktions-Mechanismus weitgehend herausgehalten wurden, rückten im Zuge der „kognitiven Wende“ Kognitionen als Bedingungen von Emotionen in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses.

Für die vorliegende Arbeit sind jene kommunikations- bzw. medienwissenschaftlichen Theorien und Studien relevant, die sich mit emotionalen Aspekten im Massenkommunikationsprozess beschäftigen, die in folgender Kategorisierung überblicksartig dargestellt werden sollen. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die wissenschaftshistorische Bedeutung und auf aktuelle Forschungsbeiträge gelegt. Es können drei unterschiedliche Forschungsperspektiven unterschieden werden (Früh & Fahr, 2006):

- Emotionalisierung als Merkmal von Medieninhalten
- Emotionalisierung der RezipientInnen durch Medieninhalte
- Emotionen der RezipientInnen als Mechanismus der Selektion von Medieninhalten

Diese Einteilung orientiert sich am Begriff der „Mediennutzung“, die Kommunikation als Prozess auffasst, der in eine prä-kommunikative (Medienauswahl), kommunikative (Medienrezeption) und post-kommunikative Phase (Medienaneignung) unterscheidet (Hasebrink, 2003). Bei genauerer Betrachtung ist diese Kategorisierung schwer einzuhalten, da in vielen Studien Zusammenhänge zwischen den oben genannten Forschungsperspektiven untersucht und diagnostiziert werden. In der Kultivierungsforschung werden beispielsweise Einstellungen und emotionale Bewertungen („scary world“ der VielseherInnen) auf Seiten der RezipientInnen als Folge der häufig rezipierten bedrohlichen Nachrichten oder Gewaltfilme angesehen. Die dabei inhaltsanalytisch erhobenen Gewaltprofile werden als Angst auslösende Sequenzen interpretiert. Anderseits kann ein hohes Angstniveau die Zuwendung zu mehr Angst auslösenden Inhalten verstärken. Aus der abhängigen Variable Angst wird theoretisch die unabhängige bzw. umgekehrt. Vitouch (2007) beschreibt beispielsweise mit dem „interaktiven Kompensations- und Verstärkermodell“ zirkuläre Zusammenhänge von Medienwirkungen und RezipientInnenvariablen unter Einbeziehung der Konzepte Kontrollverlust, Hilflosigkeit und Entfremdung.

3.1 Emotionalisierung als Merkmal von Medieninhalten

In dieser Forschungsperspektive, die weder die Medienpsychologie noch die Kommunikationswissenschaften dominiert, werden die Medieninhalte als potenziell emotionalisierender Stimulus betrachtet. Es geht um die Frage, wie TV-Sendungen inhaltlich und formal gestaltet sind, also um die Beschaffenheit des Reizmaterials. Wesentlich sind emotionalisierende Erzähl- und Gestaltungsmittel, die dann in weiterer Folge Wirkungen bei den RezipientInnen erzielen können (siehe Kapitel „Emotionalisierung der RezipientInnen durch Medieninhalte“). Medienwirkungen stehen hier aber ebenso wenig wie Medienselektion, -nutzung oder -aneignung im Vordergrund. Die Emotionalisierung der Medienprodukte steht unmittelbar mit der Konkurrenzsituation der Sendeanstalten in Zusammenhang, die auf Grund von kommerziellem Erfolgsdruck die Medienprodukte inhaltlich und formal ändern bzw. im Sinne der Quotensteigerung optimieren. Emotionalisierende Inhalte werden aus der ProduzentInnenseite als attraktiv für das Publikum angesehen; sollen über eine gesteigerte Aufmerksamkeit die Marktanteile der Sender steigern. Schlagworte dieser Forschungsrichtung sind das „Affektfernsehen“ im Unterhaltungsbereich, „Nachrichtenwertfaktoren“ bzw. „Infotainment“ im Informationsbereich oder die „Selbstkommerzialisierung“ öffentlich-rechtlicher Sendeanstalten als Reaktion auf die Einführung und Quotenerfolge des Privatfernsehens.

3.1.1 Affektfernsehen

Obwohl die Abgrenzung zu anderen Fernsehsendungen schwierig ist, versuchen Bente und Fromm (1997, 1998) mit dem Begriff „Affektfernsehen“ ein eigenes TV-Genre zu definieren. Als zentrale Elemente werden „Personalisierung“, „Authentizität/Live-Charakter“, „Intimität als Thema“ und „Emotionalisierung als medientechnisches Gestaltungsmittel“ angeführt (Bente et al., 1997, S. 20). Unter Personalisierung ist vor allem der Fokus auf Einzelschicksale zu verstehen. Nicht allgemeine Themen werden analysiert, sondern die individuelle Perspektive bearbeitet. Von etwaigen ModeratorInnen wird dabei häufig ein Klima der Vertrautheit hergestellt. Mit Authentizität ist gemeint, dass die Sendungen vorgeben, die Realität abzubilden, echte Geschichten von realen Personen zu erzählen. Etwaige Live-Sendungen unterstützen den Anspruch auf Authentizität. Der Aspekt der Intimisierung bezieht sich darauf, dass persönliche, bzw. private Angelegenheiten und Aspekte zwischenmenschlicher Beziehungen in der medialen Öffentlichkeit dargestellt werden. Auch Fromm (1999) spricht in diesem Zusammenhang von einer „Intimisierung“, wenn Themen aus dem privaten Bereich in die Öffentlichkeit getragen bzw. emotional aufgeladene Themen öffentlich aufgearbeitet werden. Für die vorliegende Arbeit ist der dabei untersuchte Aspekt der „Emotionalisierung“ besonders interessant: „Die Sendungen betonen den emotionalen Aspekt der Geschichten, das persönliche Erleben und Empfinden, weniger die Sachaspekte. Die Kamera unterstützt diese Tendenz, indem sie die Akteure in stark bewegten Momenten – und hier teilweise in der Großaufnahme zeigt“ (Bente & Fromm, 1997, S. 20).

Obwohl die Aspekte des Affektfernsehens auch in anderen TV-Genres vorkommen (vor allem im Infotainment und Reality-TV), stellen Bente et al. jene TV-Sendungen in den Mittelpunkt ihrer Studie, in welchen die oben genannten Aspekte verstärkt vorkommen. Zum Affektfernsehen zählen demnach vor allem „Affekt-Talks“ („Arabella“, „Fliege“, „Hans Meiser“, „Ilona Christen“, „Schreinemakers live“), „Beziehungsshows“ („Nur die Liebe zählt“, „Verzeih mir“, „Surprise Show“), „Konfro-Talks“ („Einspruch!“, „Explosiv – der heiße Stuhl“), „Spielshows“ („Flitterabend“, „Geld oder Liebe“, „Gong-Show“, „Herzblatt, „Lustfaktor 10“, „Mann-o-Mann“, „Traumhochzeit“, „100.000 Mark Show“) und „Suchsendungen“ („Bitte melde Dich!“ „Vermißt“). Im Untersuchungszeitraum von 1987 bis 1995 wurde eine drastische Zunahme von Angeboten im Sinne des Affektfernsehens diagnostiziert. Die Konkurrenz zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern verstärkte den Trend zu Affekt-Formaten. Vor allem die privaten Sender führten viele Affekt-Sendungen ein und steigerten damit ihre Marktstellung. Die Einführung des dualen, d.h. des privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland im Jahre 1984 wird in diesem Sinne sogar als „emotionshistorische Zäsur“ (Bösch & Borutta, 2006, S. 30) bezeichnet. Die dominantesten Themen sind

„Familie“; „Beziehungen“ und „Sex“ (Bente, Jochlik, Adameck & Grisard, 1997). Auf der Sendungsebene wurden Sendungsthemen, formale Angebotsweisen, dargestellte interpersonelle Kommunikationsmuster, Stilmittel der Titelgestaltung aber vor allem Personalisierung (Verwendung persönlicher Botschaften) und Affektivität (Nutzung von Emotionsbegriffen) analysiert. Weiters wurden Nutzungsmotive und Zuschauermerkmale erfasst. Insgesamt wurde festgestellt, dass die Affekt-Formate vermehrt von Frauen konsumiert werden, die im sonstigen TV-Angebot romantische Filme präferieren und unterdurchschnittlich auf das Informationsangebot der TV-Sender zugreifen. Als wesentliches Nutzungsmotiv wurde das „sozio-emotionale“ Informationsbedürfnis (Feist, Bente & Hündgen, 1997, S. 285) diagnostiziert, das sich auf den sozialen Vergleich bzw. auf die persönlichen Probleme bzw. deren Lösung bezieht und im Gegensatz zum allgemeinen Informationsbedürfnis nach allgemeinen Nachrichten (News) zu verstehen ist. Zwischen dem allgemeinen Informationsbedürfnis und der Zuwendung zu Affekt-Formaten besteht eine negative Korrelation. Die Sehhäufigkeit der Affekt-Formate hängt zwar allgemein mit dem Nutzungsmotiv „Zeitvertreib/Habituelles Sehen“ zusammen, die positive Bewertung der Sendungen allerdings vor allem mit dem Nutzungsmotiv „Sozialer Vergleich/Problembewältigung“. „Daraus ist zu folgern, daß Zuschauer das Genre positiv bewerten, die im Fernsehen nach Informationen zur Bewältigung von Alltagproblemen – vor allem im zwischenmenschlichen Bereich – suchen. Diese erwarten sie aus der Anschauung des konkreten Einzelfalls, der ihnen die Möglichkeit zum direkten sozialen Vergleich liefert“ (Bente, Bahß, Dorando & Hundgen, 1997, S. 183). Besonders die Sub-Genres „Affekt-Talks“ und „Beziehungsshows“ dienen als Informationsquelle für soziale Realitäten bzw. zur eigenen Standortbestimmung. Eskapismus, Entspannung oder Nervenkitzel spielen als Nutzungsmotiv kaum eine Rolle. Der Aufbau von parasozialen Beziehungen als Ergänzung zu realen Beziehungen ist ebenfalls starkes Nutzungsmotiv für „Affekt-TV“. Die parasoziale Beziehung wird vor allem zu den (wiederkehrenden) ModeratorInnen aufgebaut und nicht zu den (wechselnden) Gästen der Sendungen. Empathie zu den dargestellten Menschen gilt aber auch als Nutzungsmotiv. Deutliche Korrelationen zeigten sich zwischen „Affekt-TV“-Nutzung und den Werthaltungen und Lebensstilen der RezipientInnen. Positive Bewertungen der Sendungen wurden von jenen RezipientInnen erfasst, die besonders Wert auf Sicherheit, Moral und Anstand legen.

Zusammengenommen stellen die Möglichkeit zum sozialen Vergleich und Anleitungen zur Problemlösung wesentliche Nutzungsmotive von Affektfernsehen dar. „Hier werden vor allem zwischenmenschliche Themen behandelt, für die im Alltag nur wenig explizite Normen und Verfahrensvorschriften existieren. Ihre Darstellung bietet eine gewisse Möglichkeit, die eigene Problematik in Relation zu anderen zu bewerten und

das eigene Verhalten in seiner Angemessenheit zu beurteilen“ (Bente et al., S. 329). Man kann davon ausgehen, dass Affekt-Formate das „grundlegende menschliche Bedürfnis stützt, sich im Vergleich mit anderen Personen zu definieren und die Angemessenheit der eigenen Lebensführung wie ihres zwischenmenschlichen Verhaltens zu überprüfen“ (ebenda, S. 330).

Die wesentlichen Merkmale des Affektfernsehens, also die Konzentration auf einzelne Personen und Einzelschicksale (Personalisierung), das Erzählen von möglichst wahren Geschichten (Authentizität), persönlich-private, zwischenmenschliche Angelegenheiten (Intimisierung) und das Hauptgewicht auf emotionalen Aspekten (Emotionalisierung) können aber auch auf andere TV-Genres übertragen werden (Winterhoff-Spurk, 2004; 2005). Winterhoff-Spurk (2005, S. 126) ortet bei den sehr unterschiedlichen Genres von Seifenopern über Nachrichtensendungen und Magazinen bis zur Sportberichterstattung, also in den Bereichen Information, Unterhaltung und Sport, einen deutlichen Trend zur „Personalisierung und Emotionalisierung“. Es dominieren persönliche Beziehungsthemen. Themen aus Politik, Kultur oder Wissenschaft werden immer weniger behandelt. Auch andere Autoren zeigen den Trend zur Emotionalisierung bei Talkshows (Krüger, 2002) oder bei Reality-TV (Schorr-Neustadt & Schorr, 2000) auf. Personalisierung bedeutet u.a. eben Betonung von Einzelschicksalen, Aufbau und Erhalt von parasozialen Beziehungen zu ProtagonistInnen und ModeratorInnen, Betonung von Prominenz und Heldentum. Emotionalisierung bedeutet u.a. Betonung von Konflikten, Gewalt und „Action“-Szenen, Schockeffekten und Tabubrüchen, spektakuläre Visualisierungen, formale Beschleunigung und Verdichtung sowie vermehrter Musikeinsatz. Das Affektfernsehen kann als Trend zur „emotionalen Involvierung“ (Bente et al., S. 39) beschrieben werden. Die Themensetzung, der Moderations- und der Kommunikationsstil, aber auch formale Gestaltungsmittel werden zum Mittel der Marktanteilssteigerung. Diskussionssendungen nützen besonders emotional aufgeladene Sendungstitel und -inhalte um das Publikum an die jeweilige Sendung zu binden. Hinzu kommen Phänomene wie die parasoziale Beziehung zu ModeratorInnen, die den Nutzungsmotiven der vorwiegend weiblichen RezipientInnen entgegenkommen. Die Bearbeitung von emotionalen und für die Zielgruppe relevanten, also alltagsbezogenen Themen, führt zu mehr Aufmerksamkeit und Bindung zum Publikum.

3.1.2 Infotainment

Schulz (1997) beschreibt mit den Nachrichtenwertfaktoren jene Merkmale, die ein Ereignis haben muss, um zu einer TV-Nachricht zu werden. Grundsätzlich wurde festgestellt, dass ein Ereignis umso eher von den Redaktionen ausgewählt wird, umso mehr emotionale Aspekte es beinhaltet. Im Vordergrund stehen Konflikte, Gewalt, die

Bedrohung von allgemein akzeptierten Werten, die Relevanz eines Ereignisses bezüglich der persönlichen Umstände der RezipientInnen und die Vorhersagbarkeit bzw. der Überraschungseffekt eines Ereignisses.

Unter dem Stichwort „Konvergenz“ wird das Phänomen der Angleichung der Nachrichten- und Informationssendungen der öffentlich-rechtlichen mit den privaten Rundfunkanbietern beschrieben (Unz & Schwab, 2004). Schon seit Beginn der Zulassung von privaten TV-Anbietern in Deutschland wurden diesbezüglich Nachrichten untersucht. Im Vergleich von 1994 zu 1986 wurde Politik demnach konfliktbetonter dargestellt und Gewalt kam häufiger und intensiver durch verstärkte Bebilderung vor (Bruns & Marcinkowski, 1997). Grundlegend wird in der Studie, ganz im Sinne der Emotionalisierung der Nachrichten, vermehrt auf Sensationalismus, Gewaltthemen und Gewaltdarstellungen gesetzt. Ähnliche Ergebnisse finden Pfetsch (1996) für den Vergleich zwischen 1993 und 1985/1986 und Unz, Schwab & Winterhoff-Spurk (2002) in einer Inhaltsanalyse der Hauptnachrichten von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und PRO7 im Vergleich der Jahre 2000, 1998 und 1996. Auch Winterhoff-Spurk (2005) verweist bei dem Vergleichen der Hauptnachrichten der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender in Deutschland zwischen den Jahren 1996 und 2002 auf eine weitere Steigerung von Gewaltthemen und deren Bebilderung fest, aber auch eine formale „Beschleunigung“ wie kürzere Einstellungsdauer und variablere Kameraeinstellungen. Wegener (2001) stellt im Vergleich zwischen 1985 und 1998 bei politischen Magazinen ebenfalls Emotionalisierungstendenzen auf inhaltlicher und formaler Ebene fest. Einerseits werden die Beiträge immer kürzer und personalisieren zunehmend, anderseits werden auf der formalen Ebene Visualisierungen und Musikeinsätze emotionsfördernd eingesetzt. Die Boulevardmagazine der Privatsender setzen ganz besonders auf emotionsauslösende Inhalte (Krüger & Zapf-Schramm, 2001): Von chronikalen Beiträgen (Kriminalität, Unfälle) über Prominente, Stars, Human Interest bis zu Erotikbeiträgen.

Informationssendungen sind demnach immer weniger klar von Unterhaltungssendungen zu trennen und es wird ein allgemeiner Trend hin zum Infotainment aufgezeigt. Informationssendungen werden vermehrt mit emotionalisierenden Beiträgen durchsetzt oder formal emotionalisierender gestaltet. Der Übergang zwischen Information und Unterhaltung ist demnach fließend. Infotainment-Sendungen zielen im Vergleich zu reinen Informationssendungen auf emotionale Reaktionen beim Publikum. Die Strategien hierfür fasst Mangold (2004, S. 533f., vgl. Wittwen, 1995, S. 206f.) zusammen: Musikalische Untermalung des Bildmaterials, sprachliche Emotionalisierung, Übertreibungen und irreführende Dramaturgie, variantenreiche Moderationen, häufiger Schauplatzwechsel, verstärktes nonverbales Verhalten der ModeratorInnen und Kontaktaufnahme mit dem Publikum (Augenkontakt und direkte Ansprache), verstärkte

Einbindung von Grafik und Zuspielungen und affektbetonte Zuspielungen (Nacheinstellungen, hektische Kamerabewegungen, ungewöhnliche Perspektiven und rascher Einstellungswechsel).

Die Unterscheidung in Informations- und Unterhaltungsangebote basiert auf einer intendierten Funktion für die RezipientInnen. Weder für die Mediennutzungs- noch für die Aneignungsforschung macht allerdings die strikte Unterscheidung in Informationsangebote, die theoretisch auf kognitive Wirkungen abzielen, und in Unterhaltungsangebote, die theoretisch vermehrt auf emotionale Wirkungen angelegt sind, keinen Sinn. Dieser produzentInnenorientierten Sicht widerspricht eine rezipientInnenorientierte Sicht, nach der z.B. auch Informationssendungen bei bestimmten RezipientInnengruppen, zumindest teilweise, zur Unterhaltung und Unterhaltungssendungen auch zu Informations- und Bildungszwecken genützt werden (Dehm, 1984; Klaus, 1996). So orten Dehm et al. (2005) bei einer repräsentativen Studie Emotionalität als den wichtigsten TV-Erlebnisfaktor vor „Orientierung“, „Ausgleich“, „Zeitvertreib“ und „Sozialem Erleben“ und folgern, „dass alle Formate emotional erlebt werden können – wenn auch in unterschiedlicher Stärke und Akzentuierung –, emotionales Erleben zwar genrespezifisch bei Unterhaltungsformaten höher ist, in Teilaspekten aber auch bei eher klassischen Informationsformaten befriedigt wird“ (ebenda, S. 52). Aus dieser RezipientInnenperspektive können sowohl Unterhaltungs- als auch Informationssendungen mit den fünf Erlebnisfaktoren beschrieben werden (Dehm, Storll & Beeske, 2004). Auch Vorderer (2004, S. 547) geht davon aus, dass die „Dichotomie von Unterhaltung und Information als psychologisch unplausibel und für die empirische Forschung wenig hilfreich“ ist, da dadurch vor allem rezipientInnen- bzw. „subjektseitige“ Faktoren wie Erwartungen, Einstellungen, Kenntnisse, Wünsche und Stimmungen des Publikums zu wenig berücksichtigt werden. Mangold (2004) folgert, dass

> die Zuordnung von Medienangeboten zu den Kategorien Information und Unterhaltung zwar produzentInnenseitig eine gewisse Berechtigung haben mag, dass jedoch rezipientInnenseitig Informations- und Unterhaltungsangebote nicht entlang einer einzigen Dimension Information versus Unterhaltung anordenbar sind. Vielmehr können alle Medienangebote (in variabler Gewichtung) grundsätzlich sowohl einen Informations- als auch einen Unterhaltungsaspekt aufweisen. (S. 529)

Auch Weiß und Trebbe (2000) kommen in einer Analyse der Programmstrukturen der TV-Sender in Deutschland zu dem Schluss, dass alle Vollprogramme unterhaltungsorientiert sind und daher die generelle Unterscheidung in informations- und unterhaltungsorientierte Programme nicht mehr sinnvoll ist.

Ursprünglich sachlichere Nachrichten und Magazine werden durch vermehrte Berichterstattung von Verbrechen, Unfällen und Katastrophen sensationeller aufbereitet. Ähnlich wie bei den „Affekt-TV"-Formaten gibt es eine Tendenz zu personenzentrierten Darstellungen. Emotionalisierung bedeutet verstärkte Konflikt- und Gewaltdarstellung, kürzere Beiträge mit geringeren Redebeiträgen und wirkungsvolle Montage und Musik (Winterhoff-Spurk, 2005, 2001). Spannung, Ablenkung, Empathie, parasoziale Interaktion können so auch Nutzungsmotive von Nachrichtensendungen sein und das vermehrte Aufkommen von Infotainment-Programmen kann als ein verstärktes Ausrichten des Programmangebots an die tatsächlichen Gratifikationen der RezipientInnen angesehen werden. Die quoten- bzw. bedürfnisorientierte Ausrichtung des Programmangebots führt in mehreren Bereichen bzw. Genres zu einer Emotionalisierung des Angebots (Mangold, 2004): Mehr Gewalt in Filmen und Nachrichten (Bruns & Marcinkowski, 1996; Krüger, 1994) und zu einer verstärkten Boulevardisierung des Informationsangebots (Krüger, 1995, 1996) bzw. zu einer „Infotainisierung" (Wirth, 2000, S. 88).

3.1.3 Zusammenfassung und Implikationen

In Summe können die Studien zum Affektfernsehen, zu den Nachrichtenwertfaktoren, zur Konvergenz und zum Infotainment als Versuch der FernsehproduzentInnen interpretiert werden, den Medienstimulus potenziell zu emotionalisieren und damit die Attraktivität des Programms für die RezipientInnen zu erhöhen. Im Sinne der kognitiven Emotionstheorien wird versucht, die Relevanz der Sendungen und damit die Anzahl und Intensität der potenziell emotionalisierenden Bewertungen seitens des Publikums zu steigern. Personalisierung erhöht die Nachvollziehbarkeit der Ziele der ProtagonistInnen und damit wahrscheinlich auch die empathischen Bewertungen. Mehr Authentizität verstärkt das Drama durch höhere Glaubwürdigkeit, was sich wiederum auf die Ernsthaftigkeit der Bewertungen und damit auf die Emotionen auswirken kann. Der Live-Charakter von Sendungen verstärkt den situativen Charakter einer Sendung und Emotionen können im realistischen Takt mitvollzogen werden. Die von den ProtagonistInnen erlebten Situationen werden so unmittelbar nachvollzogen, (kognitiv) bewertet und (emotional) miterlebt. Die Verstärkung der Intimität bringt private Themen in die öffentliche Arena und kann ebenso als Versuch angesehen werden, relevante Themen aus dem Alltag der RezipientInnen – ganz im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – zur symbolischen Bearbeitung anzubieten. Die Arbeiten zum Affekt-Fernsehen illustrieren diese Zusammenhänge: Die dominantesten Themen sind „Familie"; „Beziehungen" und „Sex", die offensichtlich überproportional handlungsleitende Themen von Frauen repräsentieren und damit von diesen als relevant und emotionali-

sierend bewertet werden. Die Quotensteigerungen der Affekt-Sendungen bei Frauen zeigen, dass das Publikum relevante und emotionale Inhalte im alltagspraktischen Sinn sucht und rezipiert. Es geht vorwiegend um die Bewältigung von Alltagsproblemen, vor allem im zwischenmenschlichen Bereich und um die glaubwürdige, unmittelbare, symbolische mediale Repräsentanz dieser Themen. Die Bearbeitung von emotionalen und für die Zielgruppe relevanten, also alltagsbezogenen Themen, führt zu mehr Aufmerksamkeit und Bindung des Publikums. Die Emotionalisierungstendenz des Medienreizes ist aber nicht auf den Unterhaltungsbereich begrenzt. Auch im Informationsbereich wird versucht, über Emotionalisierung der Inhalte Quoten zu steigern. Die Studien zu den Nachrichtenwertfaktoren deuten ebenso auf einen Versuch der Steigerung der Relevanz für die RezipientInnen und damit der emotionalen Reaktionen hin. Die Emotionalisierung umfasst neben der inhaltlichen auch die formale Ebene: Von konfliktbetonter Darstellung der Nachrichten, verstärkten Gewaltbildern, allgemein intensiver Bebilderung über Musikeinsatz und Effekten zu allgemeiner formaler Beschleunigung mittels kürzerer Einstellungsdauer oder bewegter und variabler Kamera. Aus medienpsychologischer Sicht wird es daher auch immer schwieriger, die Trennung von Information und Unterhaltung aufrechtzuerhalten, da diese Unterscheidung die Nutzungsperspektive im Gegensatz zur Senderperspektive vernachlässigt.

3.2 Emotionalisierung der RezipientInnen durch Medieninhalte

In dieser Forschungsperspektive geht es um die Emotionen der RezipientInnen als abhängige Variable vom Medienreiz. Das Erkenntnisinteresse kann dem großen und populären Bereich der Wirkungsforschung zugeschrieben werden, der mit Abstand die umfangreichste medienpsychologische bzw. kommunikationswissenschaftliche Forschungstradition darstellt. Im Wesentlichen geht es um die kurz- bis langfristigen Auswirkungen des Medienkonsums auf die RezipientInnen und u.a. auf deren emotionale Reaktionen und Dispositionen. Genauer betrachtet werden die Ergebnisse der Gewaltwirkungsforschung unter Hervorhebung emotionaler Aspekte wie die generalisierte Angst der VielseherInnen und differenzierte Wirkfaktoren, die Hinweise auf relevante Kommunikationsinhalte für bestimmte Subpopulationen liefern können. Mit dem Begriff der „Kultivierung“ der Emotionen sind vor allem langfristige Wirkungen auf die kognitive Verarbeitung von Medieninhalten, aber auch von alltäglichen Situationen angesprochen, die im Kontext der kognitiven Emotionstheorien beleuchtet werden sollen. Psychophysiologische Studien verdeutlichen die Schwierigkeit der Operationalisierung von emotionalen Medienwirkungen und auch der Erfassung (kognitiver) Bewertungen der RezipientInnen. Weiters sollen Arbeiten zur emotionalen Ansteckung, zur „Affective Disposition Theory“ und zur „Excitation-Transfer-Theorie“ genauer besprochen werden,

da sie ebenso Emotionen prinzipiell als abhängige Variable im Kommunikationsprozess ansehen. Ziel der folgenden Darstellungen ist es, die wesentlichen Erkenntnisse dieser unterschiedlichen Forschungstraditionen auf deren Brauchbarkeit für die vorliegende Arbeit hin zu untersuchen.

3.2.1 Gewaltwirkungsforschung

Eine der wichtigsten und prominentesten Forschungsrichtungen der Medienforschung stellt die Gewaltwirkungsforschung dar. Wesentliche Arbeiten, die auch den Versuch eines zusammenfassenden Resümees der Wirkfaktoren unternehmen, liefern unter anderem Grimm (1999), Fowles (1999), Weiß (2000), Gleich (2004) und Kunczik & Zipfel (2006, 2007). Emotionen nehmen bei der Gewaltwirkungsforschung eine zentrale Rolle ein, vor allem im Sinne einer Übernahme von medial dargestellten Emotionen (Aggression, Wut, Ärger, Angst) und damit in Verbindung stehendem Verhalten und generalisierter Angst (siehe Kapitel „Kultivierung von Emotionen“). Die wesentlichen Rollen von Emotionen in der Gewaltwirkungsforschung betreffen:

- Übernahme von medial vermitteltem aggressivem Verhalten in die Realwelt der RezipientInnen
- Generalisierte Angst bei der Wahrnehmung der Welt
- Desensibilisierung bzw. Gewöhnungseffekte gegenüber Gewaltakten
- Vermindertes Einfühlungsvermögen bzw. Empathie
- Angst als Hemmung für die Ausübung des eigenen aggressiven Verhaltens

3.2.1.1 Gewaltrezeption und Verhalten

Das Hauptaugenmerk der Gewaltwirkungsforschung liegt auf verhaltensbezogenen Aspekten seitens der RezipientInnen, also ob die Zuwendung zu gewalthaltigen Inhalten zu real aggressivem Verhalten führt (Sparks & Sparks, 2002). Die verschiedenen AutorInnen kommen dabei zu sehr unterschiedlichen Interpretationen und Wirkfaktoren. Auf Basis der meisten Überblicksarbeiten zu dem Forschungsfeld kann aber von einem eher geringem Zusammenhang und sehr differenzierten Wirkbedingungen ausgegangen werden. Die These der Wirkungslosigkeit der Medien gilt allerdings als widerlegt (Kunczik et al., 2006, 2007). Sparks et al. (2002) und Weiß (2000) finden einen positiven Zusammenhang von gewalthaltigen Medieninhalten und aggressivem Verhalten. Sparks et al. (2002) stellen empirische Ergebnisse von Wirkstudien zusammen: Experimente mit Kindern und Studenten, die nach dem Sichten von aggressiven Filmszenen aggressives Verhalten zeigen, Feldstudien mit straffälligen Jugendlichen, die in Abhängigkeit von Medieninhalten vermehrt zu physischer und verbaler Aggression

neigen und natürliche Experimente bzw. Längsschnittstudien über mehrere Jahre vor und nach der Einführung von TV in kanadischen Städten. Weiß (2000) argumentiert in einem Überblick über Gewaltwirkungsstudien hinsichtlich der Sozialisationswirkungen medialer Gewalt auf Schüler ähnlich, wenn er Wirkungen auf Persönlichkeitsmerkmale (u.a. Erregbarkeit, spontane Aggression, antisoziale Einstellung, emotionale Abstumpfung bzw. vermindertes Einfühlungsvermögen), auf moralische Urteile (Fixierung auf ein niedriges Niveau), Aggression (Abbau von Hemmungen und eine allgemein „aggressive Kultur“) und Angst (belastende Träume, psychosomatische Reaktionen, Verschlechterung der emotionalen Befindlichkeit) diagnostiziert. Ebenfalls finden Paik und Comstock (1994) in einer Meta-Analyse von 217 unabhängigen Studien signifikante Zusammenhänge zwischen der Rezeption von gewalthaltigen Inhalten und aggressivem, nichtkriminellem (raufen, schlagen, belästigen, Arme verdrehen) aber auch kriminellem (u.a. Mord) Verhalten. Hogben (1998) interpretiert in einer Meta-Analyse die Ergebnisse von 30 Studien in eine ähnliche Richtung. In Summe wurde ein geringer positiver Zusammenhang zwischen Konsum von TV-Gewalt und aggressivem Verhalten ermittelt. Auch Bushman und Anderson (2001) fanden in einer Meta-Analyse einen signifikanten Zusammenhang von Mediengewalt und aggressivem Verhalten. Ebenso vertritt Winterhoff-Spurk (2001) die Auffassung von einem positiven, aber differenzierten Wirkzusammenhang:

> Die Mehrzahl der auf diesem Gebiet aktiven Medienforscher vertritt die Meinung, daß spezifische Fernsehsendungen eine aggressionsfördernde Wirkung haben, die allerdings auch stark von anderen Einflüssen abhängt: Genannt werden der kulturelle Hintergrund, das soziale und familiäre Umfeld, Persönlichkeitseigenschaften des Zuschauers und die Situation während des Betrachtens der Sendung. Bestimmte Formen von Gewaltdarstellungen im Fernsehen können der Tropfen sein, der den Krug zum Überlaufen bringt. Gravierender ist demgegenüber aber, daß gewalthaltige Fernsehsendungen auch Angst beim kindlichen und jugendlichen Zuschauer auslösen. Häufiger Konsum aggressiver und/oder furchterregender TV-Inhalte führt zumindest bei spezifischen Zuschauergruppen auch zu einer erhöhten allgemeinen Angst. (S. 83)

In einem Überblick über die wesentlichsten, langjährigen Forschungstätigkeiten hinsichtlich der Gewaltwirkungsforschung geht Gleich (2004, S. 588) ebenfalls „von einem Wirkungsrisiko medial dargestellter Gewalt“ für die RezipientInnen hinsichtlich Angst, Desensibilisierung, aggressiver Einstellungen und aggressivem Verhaltens aus. Mit Desensibilisierung ist die Anpassung bzw. Gewöhnung an mediale Gewalt, die auch im realen Leben zu einer geringeren negativen emotionalen Reaktion gegenüber

Gewalt führen kann, gemeint. Kunczik et al. (2006) geben einen Überblick über Ergebnisse von empirischen Studien zu medieninduzierter Angst. Häufig erinnern sich demnach erwachsene RezipientInnen an in der Kindheit erlebte Ängste, die durch Medienkonsum ausgelöst wurden. Obwohl kein einfacher Wirkzusammenhang zwischen Mediengewalt und aggressivem Verhalten der RezipientInnen besteht, folgert Gleich (2004, S. 610), „dass Mediengewalt eher negative Effekte auf die Rezipient/innen/en hat, im Sinne von aggressivem Verhalten, Angst und Desensibilisierung". Insgesamt kann man aber von einer geringen Wirkung ausgehen, da der Medienkonsum nur eine von vielen Wirkvariablen darstellt.

3.2.1.2 Wirkmodelle

Die wichtigsten theoretischen Modelle der Wirkungsforschung sind die Katharsis-Hypothese, die Inhibitionsthese, die These der Wirkungslosigkeit, die Habitualisierungs- und Desensibilisierungsthese, die Erregungsthese, die Stimulations- bzw. Frustrations-Aggressions-Hypothese und lerntheoretische Hypothesen (Winterhoff-Spurk, 2001, 2004). Zusammengefasst gehen die Katharsis- (stellvertretendes Ausleben der Aggression) und die Inhibitions-Hypothese (Angst vor eigener Aggressivität) von hemmender Wirkung aus, wogegen die Erregungsthese (gesteigerte Erregung), die Stimulations- bzw. Frustrations-Aggressions-Hypothese (vorherige Frustration in Kombination mit Rezeption) und die Sozial-Kognitive Theorie der Massenkommunikation (Bandura, 1977, 2000, 2001, 2002; abrufen von Verhaltensentwürfen bei passender realer Situation) von höherer Gewaltbereitschaft durch die Rezeption von gewalttätigen Inhalten ausgehen. Die „Priming"-These postuliert, dass Mediengewalt „aggressive cues" beinhaltet, die Gedanken u.a. auf aggressives Verhalten lenken, die sich auf späteres Verhalten auswirken können (Sparks et al., 2002). Das „neo-associationistic model" von Berkowitz (1984) geht davon aus, dass mediale Gewaltdarstellung aggressionsassoziierte Konzepte im Gedächtnis der RezipientInnen aktiviert und verstärkt. Damit steigt die Wahrscheinlichkeit für zukünftiges aggressives Verhalten, aber auch die Interpretation des Verhaltens anderer als aggressiv oder feindselig. Dabei sind Priming-Effekte aber nicht auf aggressives Verhalten beschränkt, sondern hängen mit Personen- und Situationswahrnehmung, Stereotypen und Einstellungsaktivierung zusammen. („mental models approach", Roskos-Ewoldsen, Roskos-Ewoldsen & Carpentier, 2002). Die Katharsis-Theorie gilt im Gegensatz zu den anderen Wirktheorien als widerlegt (Sparks et al., 2002; Kunczik et al., 2006).

Bei zwei Wirkmodellen ist die Emotion Angst explizit beteiligt: Bei der Inhibitionsthese wirkt Angst vor den Auswirkungen bzw. den Sanktionen der eigenen Aggression hemmend und bei der Kultivierungsthese zur generalisierten Wahrnehmung der

Welt (siehe Kapitel „Kultivierung von Emotionen“). Die ängstigende Wirkung von Gewaltinhalten hängt dabei u.a. vom Grad der Wahrnehmung der Gewalt durch die RezipientInnen ab.

3.2.1.3 Relativierte und differenzierte Wirkfaktoren

Sparks et al. (2002) weisen darauf hin, dass sich allgemein geringe statistische Zusammenhänge in sozial signifikante Phänomene übersetzen können, vor allem dann, wenn durch die Massenmedien eben eine große Menge von Personen erreicht wird. Auch Kunczik et al. (2006, S. 13) sprechen von „Problemgruppen“, also von bestimmten Subpopulationen, in denen ein (zumindest korrelativer) Zusammenhang von Fernsehkonsum und Gewalttätigkeit nachweisbar ist. Aus einer Vielzahl von empirischen Studien zur Gewaltwirkung schließen Kunczik et al. (ebenda) zwar ebenfalls auf einen allgemein geringen Zusammenhängen zwischen der Rezeption von Mediengewalt und aggressivem Verhalten, allerdings auch auf Wirkzusammenhänge in spezifischen Subpopulationen. Demzufolge sind TV-vermittelte Gewaltdarstellungen für RezipientInnen mit bestimmten soziografischen und/oder psychosozialen Merkmalen besonders attraktiv:

> Das Gesamtmuster der Befunde deutet auf einen Einfluss des Fernsehens auf spätere Aggressivität hin. … Der Einwand, dass die erhaltenen Koeffizienten zu schwach sind, berücksichtigt jedoch nicht, dass eine im Schnitt recht schwache Beziehung für alle Probanden eines Samples für einige Probanden bzw. Subpopulationen eine durchaus starke Beziehung bedeuten kann. Bei bestimmten Personen scheint ein sich selbst verstärkender Prozess im Sinne vorzuliegen, dass der Konsum violenter Medieninhalte die Wahrscheinlichkeit des Auftretens aggressiven Verhaltens, aggressiver Einstellungen und/oder aggressiver Phantasien erhöht. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass violente Medieninhalte als attraktiv angesehen werden, was wiederum die Zuwendung zu aggressiven Medieninhalten fördert. (S. 161f.)

Dabei beziehen sich Kunczik et al. unter anderem auf das „Modell der moderierten und hierarchisch intervenierten Aufschaukelung“ von Kleiter (1997), das einen Wirkkreislauf zwischen der Rezeption von aggressiven Inhalten, Persönlichkeitseigenschaften und aggressivem Verhalten postuliert. Als aggressionsfördernde, intervenierende Variablen findet Kleiter bei einer Studie von über 2000 SchülerInnen eine allgemein negative Weltsicht, hohe Kontrollverlustüberzeugung, aggressives Klima in der Peer-Group, Konkurrenzklima in der Schule, aggressiv-erwachsenenzentrierte Erziehung durch die Eltern, aggressiv-impulsiven Konfliktbewältigungsstil und realen (ge-

lernten) Erfolg durch aggressives Verhalten. Aggressive SchülerInnen waren zudem mit ihrem eigenen Leben unzufrieden, hatten im Vergleich zu anderen negative antizipierte Lebensmöglichkeiten und fühlten sich diesbezüglich durch andere bedroht.

Die Problemgruppen, bei denen am ehesten negative Auswirkungen von Gewaltdarstellungen in den Medien angenommen werden, können nach Kunczik et al. (2006) wie folgt beschreiben:

> Auswirkungen von Mediengewalt auf reales Aggressionsverhalten sind am ehesten bei jüngeren, männlichen, sozial benachteiligten Vielsehern zu erwarten, die bereits eine violente Persönlichkeit besitzen, in violenten Familien mit hohem Fernseh(gewalt)konsum aufwachsen, in der Schule viel Gewalt erfahren und violenten bzw. delinquenten Peer-Groups angehören. Dies gilt insbesondere, wenn sie violente Medieninhalte konsumieren, in denen Gewalt in einem realistischen und/oder humorvollen Kontext präsentiert wird, gerechtfertigt erscheint, von attraktiven, erfolgreichen, dem Rezipienten möglicherweise ähnlichen Protagonisten mit hohem Identifikationspotenzial ausgeht, nicht bestraft wird und dem Opfer keinen sichtbaren Schaden zufügt. (S. 284f.)

Goldstein definiert das Publikumsprofil für gewalthaltige Inhalte ähnlich (1998, S. 223, zit. nach Gleich, 2004, S. 579): Am ehesten von Gewaltdarstellungen angesprochenene RezipientInnen sind männlich, überdurchschnittlich aggressiv, eher extrovertiert mit einem ausgeprägten Bedürfnis nach Sensation und Anregung, haben eine überdurchschnittliche Neugier nach Verbotenem und Ungewöhnlichem, sind auf der Suche nach sozialer Identität, beziehungsweise Gruppenintegration (soziale Integration, Abgrenzung von Erwachsenen, Mutproben), zeigen ein höheres Maß an sozialer Isolation und emotionaler Unsicherheit, haben ein überdurchschnittliches Bedürfnis nach der Darstellung von Gerechtigkeit und besitzen die Fähigkeit zur emotionalen Distanz gegenüber dargestellter Gewalt. Genützt werden Gewaltdarstellungen zum Mood-Management (siehe Kapitel „Stimmungs-Management“), als Möglichkeit zum emotionalen Ausdruck/zur emotionalen Kontrolle, zur Regulation von Spannung und „Arousal“, zur Angstbewältigung, zur spannenden Unterhaltung und Ablenkung (Eskapismus) und zur Befriedigung des Bedürfnisses nach Identifikation. Die Attraktivität von Gewaltdarstellungen wird gesteigert, wenn Hinweise auf Fiktionalität, Übertreibungen und Verzerrungen vorhanden sind, sie ein hohes Fantasie- und Imaginationspotenzial enthalten, die Handlungen eine hohe Vorhersagbarkeit haben und am Ende eine „gerechte“ Lösung eines Konflikts präsentiert wird. Van der Voort und Beentjes (1997) gehen von aggressionsstimulierenden Wirkungen von brutalen Filmen aus, wenn die

Inhalte bei den RezipientInnen realistisch wahrgenommen werden, die Gewalttaten der erfolgreichen Helden nicht bestraft werden, wenn die Gewalttaten der Helden als gerecht dargestellt werden und Mitleid für die Opfer nicht im Vordergrund steht, deren Leiden nicht thematisiert wird und eine empathische Rezeption durch die hohe Anzahl der Gewaltakte kaum möglich ist. Comstock und Scharrer (1999, S. 300f., zit. nach Gleich, 2004, S. 605) fassen die Wirkfaktoren der Rezeption von gewalthaltigen Inhalten auf aggressive Einstellungen und Verhalten zusammen: Dabei werden Faktoren genannt, die die Einschätzungsmöglichkeiten für die RezipientInnen der dargestellten Situationen beeinflussen können (Belohnung oder fehlende Bestrafung von Gewalt, Darstellung der Gewalt als gerechtfertigt und ohne Konsequenzen) und Faktoren, die sich auf die Nähe zur realen Lebenswelt der RezipientInnen beziehen (Ähnlichkeit zwischen dargestellter und realer Situation, zwischen Darstellern und RezipientInnen bzw. hohe Identifikationsmöglichkeiten und realistische Gewaltdarstellungen). Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass sich die Wahrscheinlichkeit der Übernahme von medial vermitteltem, beobachtetem Verhalten durch die RezipientInnen erhöht, wenn das beobachtete Verhalten für sie relevant ist, also ein Bezug zwischen dem Verhalten und dem eigenen Leben bzw. den eigenen Lebensumständen hergestellt werden kann (Perse, 2001). Umfangreiche, mehrteilige Untersuchungsreihen (Experimente zur Verarbeitung von Fernsehgewalt, rezeptionsbegleitende psychophysiologische Messungen, prä- und postrezeptive Tests, Befragung und Eindrucksdifferenziale) unter Beteiligung von über 1200 ProbandInnen (Grimm, 1999), geben ein differenziertes Bild von möglichen Gewaltwirkungen und verdeutlichen die notwendige Abkehr von der Vorstellung einfacher, mechanistischer Wirkzusammenhänge. Die Wirkungsforschung geht häufig von der Identifikation der ZuseherInnen mit den TäterInnen aus, was in weiterer Folge in realen Lebenssituationen zu ähnlich aggressivem Nachahmungsverhalten führen soll. Die Möglichkeit der unterschiedlichen Lesarten bzw. Aneignungsarten (siehe Kapitel „Strukturanalytische Rezeptionsforschung“ und „Cultural Studies“) werden dadurch vernachlässigt. Grimm diagnostiziert allerdings, dass die Beobachtung von medial vermittelter Gewalt häufig nicht zur Übernahme der TäterInnenperspektive bei den RezipientInnen führt und auch nicht linear auf den lebensweltlichen Kontext übertragen wird. „Sowohl Täter- als auch Opfermodelle lassen dem Zuschauer die Wahl zwischen perspektivanaloger und -kontrastiver Rezeption, was in der Regel zu multiplen Perspektivbildungen und synthetischen Bedeutungskonstruktionen führt“ (ebenda, S. 706). Das bedeutet natürlich, dass aggressives Verhalten je nach Perspektivenübernahme durch die RezipientInnen unterschiedliche Emotionen bedeuten kann (z.B. Ärger oder Wut auf Seiten der AggressorIn und Angst auf Seiten des Opfers). In der Rezeptionssituation werden Gewaltakte (vorerst) meist nicht aus der aktiven, sondern

aus der passiven Perspektive erlebt. GewalttäterInnen im Film werden demnach zuerst eher aus dem Blickwinkel der gefährdeten Person gesehen. Daher konstruieren sich die RezipientInnen selbst dem Täter gegenüberstehend in der Opferrolle und beginnen, meist ausgehend von einem fiktionalen Bedrohungsszenarium, mit der Suche nach Handlungsweisen, die in der Gefahrensituation adaptiv sein könnten. Die unterschiedliche Perspektive von Opfer- und TäterInnenrolle ist essentiell und auch die filmische Handlung folgt oft der Veränderung vom Opfer zur (sich verteidigenden) TäterIn. Bei dem Übergang von einer auf die andere Perspektive beschreibt Grimm den „Robespierre-Affekt“ (benannt nach dem historischen Revolutionsführer Maximilien de Robespierre):

> Aus Opfererfahrungen erwachsen Täter, die sich aufgrund erlittenen Leidens als gewaltlegitimiert erleben. Aus der Identifikation mit den Schwachen und Drangsalierten läßt sich die Berechtigung ableiten, gegen mächtige Schurken jedes Mittel einzusetzen. … Im Robespierre-Affekt vereinen sich Empörung über das ‚Unrecht‘ mit Rachegefühlen und Strafansprüchen, wobei die üblichen aggressionskontrollierenden Normen versagen. (ebenda, S. 706)

Damit bezieht Grimm Bewertungsfaktoren aus dem Normengefüge der RezipientInnen in die affektiven Wirkungen von dramatisierten Darstellungen ein. Es geht also bei dieser emotionalen Reaktion auf filmische Situationen und Handlungen nicht um eine Nachahmung oder Lernerfahrung am Modell, sondern um eine Bewertung aufgrund der lebensweltlichen Beurteilungen durch die RezipientInnen. „Der Robespierre-Affekt ist eine nichtimitative Form filmischer Aggressionsvermittlung, die durch dramaturgische Defizite ermöglicht und über moralische Empörung der Rezipienten ausgelöst wird“ (ebenda, S. 716). Der Robespierre-Affekt kann während oder am Ende eines Filmes evoziert werden. Eine positive dramaturgische Lösung, die mit den Normen der RezipientInnen in Einklang steht, also die Beseitigung von Ungerechtigkeiten bzw. der Sieg von Gut über Böse, reduziert diesen Effekt. Der Robespierre-Affekt wird besonders stark wahrgenommen, wenn keine positive Auflösung am Ende des Films geliefert wird und wenn RezipientInnen und Opfer gleichgeschlechtlich sind (geschlechtshomologes Opfer). „Violenzsteigernde Rezeptionseffekte sind, sofern sie unter den Robespierre-Affekt fallen, als Protest gegen eine Opferrolle zu verstehen“ (ebenda, S. 708). Ein Happy End reduziert auch die generalisierte Angst hinsichtlich der Reduktion der „Mean World“-Problematik (siehe Kapitel „Kultivierungsforschung“). Es kommt dann kaum zu generalisierter Angst. Die Wirklichkeit hebt sich demnach positive von den Medienwelten ab. Grimm geht in seinem „kognitiv-physiologischen Ansatz der Medienrezeptionsforschung“ zwar von der Zwei-Faktoren-Theorie der Emo-

tionen (Schachter & Singer, 1962; Schachter, 1964) aus (Arousal und Kognition bzw. Erregung und Attribution/Bewertung), trotzdem sind diese Ergebnisse auch mit kognitionspsychologischen Emotionstheorien interpretierbar. Der Robespierre-Affekt ist von dem Einschätzungsmuster direkt mit der Emotion Ärger bzw. Wut vergleichbar (vor allem in Bezug auf die intentionale Verhinderung eigener Ziele durch andere Personen). Allerdings können auch Medieninhalte Bezüge zur realen sozialen Verortung der RezipientInnen herstellen und dadurch zu Ungerechtigkeitsempfinden, Wut oder Ärger führen. Durch die medienvermittelte Wahrnehmung, dass man selbst, oder die Gruppe, der man angehört, weniger bekommt als man verdient oder erwartet (sozialer Vergleich), kann diese Emotionen auslösen oder verstärken. Diese „relative Deprivation" kann durch Medien, die höhere soziale Gruppen zeigen, unterstützt werden (Leffelsend, Mauch & Hannover, 2004). Gewaltdarstellungen führen demnach nicht einfach zur Identifikation mit den Tätern und auch nicht zu einer einfachen Übernahme des beobachteten Verhaltens. Durch die Identifikation mit den Opfern und/oder durch die ausgelöste Angst kann Mediengewalt auch zu Aggressionsreduktion führen. Grimm geht in diesem Sinne aber nur von teilweise kurzfristiger Aggressionsminderung durch Mediengewalt aus – eben vor allem über die Emotion Angst, die „die Reaktanz des Publikums gegenüber aggressiven und gewalttätigen Verhaltensweisen anregt und in vielen Fällen gewaltkritische Lernresultate emotional flankieren. Bei der Mehrheit der untersuchten Rezipienten wurden die potentiell violenzfördernden Wirkungen von Gewaltdarstellungen durch antiviolente Impulse neutralisiert oder sogar überboten" (Grimm, 1999, S. 717).

Stellvertretend erlebte Angst kommt demnach eine entscheidende Rolle zu. Angst wird durch die Darstellung von drastischen, „blutigen" Szenen im Gegensatz zur Darstellung von „sauberer Gewalt" gesteigert. Violente Anschlussreaktionen werden eher durch die Darstellung von „sauberer" Gewalt befördert – vor allem dann, wenn im Film evozierte Wut gegen gewalttätige, ungerechte Täter nicht durch ein befriedigendes dramaturgische Ende aufgelöst bzw. reduziert wird. Grimm findet erhebliche geschlechtsspezifische Unterschiede in Bezug auf die Auslösung von Angst (verstärkt bei Frauen) und dem Robespierre-Effekt (verstärkt bei Männern). Neben dem Geschlecht gibt es wesentliche altersbezogene Unterschiede bezüglich der Emotion Angst. Jugendliche nutzen Gewaltdarstellungen als Mittel des Angstmanagements, um ihre Ängstlichkeit zu reduzieren. „Bei den meisten Jugendlichen verliert sich das ‚Bedürfnis' nach Mediengewalt, wenn die Pubertät vorüber und die Angst- und Aggressionsrituale abgebaut sind" (ebenda, S. 721). Geschlechtsspezifische Zuwendung zu gewalthaltigen Inhalten kann sogar für 4- bis 6-Jährige nachgewiesen werden (Knobloch, Calli-

son, Chen, Fritzsche & Zillmann, 2005). Demnach zeigen Buben ein größeres Interesse für aggressive Programme und Mädchen für friedliche Inhalte unabhängig von Alter und Kultur. „Medieninhalte, die älteren Personen als extrem gewalttätig erscheinen, dienen für jüngere oft nur als ein symbolisches Material, um Selbstbewußtsein und Ich-Stärke zu exerzieren“ (Grimm, 1999, S. 720). In diesem Zusammenhang ist für die Zuwendung zu Kampfsport- und Actionfilmen die Steigerung der internen Kontrollerfahrung ein wichtiges Motiv:

> Die „belohnende“ Wirkung besteht darin, daß die Rezipienten durch den symbolischen Anschluß an durchsetzungsstarke Filmfiguren ihre Ich-Stärke affimieren und dabei Erfahrungen lebensweltlicher Fremdbestimmtheit durch ein mediales Kontrastprogramm ausgleichen. Ziel dieses TV-Kognitionsmanagements ist es, dysfunktionale Weltbilder zu korrigieren und deren potentiell depressive Folgen zu vermeiden. (ebenda, S. 719)

Zusammenfassend zeigt also auch Grimm differenzierte Wirkzusammenhänge auf, die neben Persönlichkeitsvariablen u.a. direkte (Realismus, Glaubwürdigkeit etc.) und indirekte (sozialen Normen, Gerechtigkeitssinn etc.) lebensweltliche Bezüge mit inhaltlich-dramaturgischen Elementen der Stimulusvariablen in Verbindung bringen. In Summe ortet daher auch Grimm keinen Automatismus der Aggressionssteigerung durch mediale Gewaltdarstellungen.

Weitere empirische Studien illustrieren exemplarisch die Suche nach spezifischen Wirkfaktoren. Sie verdeutlichen ein komplexes, interdependentes Wirkmuster, das aus verschiedenen Perspektiven heraus analysiert wird: Bezüglich Kinder wirken die folgenden Faktoren auf die emotionalisierende bzw. ängstigende Wahrnehmung (Hargrave, 2003): Visuelle Gewaltdarstellung, Darstellung der physischen und emotionalen Konsequenzen der Gewalt, überraschende (auch genre-inadäquate) Gewalt, realistische, unmotivierte, ungerechte und nicht bestrafte Gewalt, gleichaltrige Opfer, Täter aus dem Bekanntenkreis der Opfer, vertraute und daher als sicher eingestufte Tatorte (zu Hause, Schule etc.), formale Überhöhung (Nahaufnahme, Zeitlupe, Musik, Effekte) und die Rezeptionssituation (z.B. alleine). Bei Erwachsenen wirken sich vor allem die folgenden Faktoren auf die Wahrnehmung von Mediengewalt aus (Morisson, 2003): Bruch von allgemein anerkannten Normen (ungerechte Gewalt), formale Präsentation der Gewalt (Nahaufnahme, Kamerawinkel, Zeitlupe, Musik und Effekte) und Kontextfaktoren (Waffen, gezeigte Konsequenzen der Gewalt). Frauen und Mädchen reagieren im Vergleich zu Männern und Burschen verstärkt mit Angst auf Mediengewalt (Caviola, 2000). Ein niedrigeres Angstniveau der Männer geht mit geringerer Involviertheit und Empathie einher. Die höhere Angstreaktion der Frauen kann auch als

häufige Übernahme der Opferrolle durch die Frauen interpretiert werden (Röser, 2000). Angst wird bei den RezipientInnen vor allem durch die Darstellung von attraktiven Opfern, ungerechtfertigter, realistischer und extensiver Gewalt und Belohnung von Gewalt ausgelöst (Comstock & Scharrer, 1999). Im Kindesalter erlebte Angst, durch Angst auslösende Medieninhalte, beruhen vor allem auf fiktionalen Medieninhalten (Cantor, 2006) und kann über Jahre anhalten und bis ins Erwachsenenalter wirken (Cantor, 2002). Junge Männer nutzen Mediengewalt als männlichen Ritus, Mutproben (Horrorfilme) und haben eine stärkere Identifikation mit den Helden (Groebel & Gleich, 1993; Vogelsang, 1991). Jugendliche nutzen z.B. Horrorfilme zur Etablierung von sozialen Rollen in Gruppen (Burschen zur Demonstration von Furchtlosigkeit und Mädchen als Hinweise auf die Rolle als Schutzsuchende) (Zillmann & Weaver, 1996). Aggressives Verhalten und aggressive Einstellungen korrelieren mit Zuwendung zu Mediengewalt (Rosaen, Boyson & Smith, 2006; Fenigstein & Heyduk, 1985), negative Korrelation zeigt sich zu RezipientInnen mit Empathie (Tamborini, 1996; Grimm, 1999). Gewaltkonsum korreliert mit „Sensation Seeking“ (Reizsuche) bzw. mit Zuwendung zu Action-, Horror- und Erotikfilmen (Gleich, Kreisel, Thiele, Vierling & Walter, 1998; Krcmar & Greene, 1999; Zuckerman, 1996; 2006).

Die Wirkungen von rezipierter Mediengewalt unterliegen also einem komplexen Variablengeflecht auf Medien- und RezipientInnenseite, das das soziale Umfeld mit einschließt. Die allgemein geringen Medienwirkungen bei der Gesamtbevölkerung können den Wirkungen bei Problemgruppen mit bestimmten Persönlichkeitsvariablen, Alltagerfahrungen bzw. Bedingungen im sozialen Umfeld gegenübergestellt werden. Mediale Gewaltdarstellungen können Aggression und Angst auslösen – allerdings in dafür „empfänglichen“ Subpopulationen. Gewaltdarstellungen können zu aggressivem Verhalten führen, aber auch über den „Umweg“ der Angstauslösung; besonders bei drastischen Darstellungen der negativen Konsequenzen, auch aggressionshemmend wirken. Auch implizite Gewaltdarstellungen können zu stärkeren emotionalen Reaktionen führen als explizite Gewalt. Das Ausmaß der ausgelösten Angst hängt mit der unterschiedlichen Wahrnehmung der Mediengewalt bzw. mit Identifikations- und Bewertungsprozessen zusammen. „In diesem Kontext spielt die wahrgenommene Realitätsnähe eine Rolle als Moderator, d.h. wird einem Film eine Affinität zur Erfahrungswelt des Rezipienten zugeschrieben, dann sind die emotionalen Reaktionen unabhängig vom Alter ausgeprägter, als wenn dies nicht der Fall ist“ (Kunczik et al., 2006, S. 267). Die Wahrnehmung an sich kann aber ebenfalls nicht mit der Wirkung auf das Verhalten gleichgesetzt werden. Die Intensität und die Menge der Gewaltszenen haben somit keine linearen Auswirkungen auf das Verhalten der RezipientInnen. Wesentlich ist, dass die Zuwendung zu Mediengewalt nur ein Faktor unter vielen ist, die aggressives

Verhalten oder generalisierte Angst fördern können. Die einzelnen Wirkfaktoren sind nicht als unabhängig anzusehen, sondern sie interagieren miteinander.

3.2.2 Kultivierungsforschung

Kultivationsstudien bzw. die Kultivierungstheorie, die vor allem mit der ForscherInnengruppe um George Gerbner assoziiert wird (Gerbner, Gross, Signorielli, Morgan & Jackson-Beeck, 1979; Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1980; Gerbner, 2000; Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli & Shanahan, 2002; Winterhoff-Spurk, 1989, 1997, 1999, 2005) sind zwar grundsätzlich auf Veränderungen der Einstellungen („beliefs“, Übersicht bei Morgan & Shanahan, 1997 bzw. bei Shanahan & Morgan, 1999) durch das Fernsehen ausgerichtet, diagnostizieren aber auch Auswirkungen von hohem Fernsehkonsum auf emotionale Aspekte der Wahrnehmung der Welt. Insofern wirken sich kognitive Bewertungen (beeinflusst durch Medienzuwendung) auf Emotionen (in der realen Welt) aus; eine Grundannahme, die gut mittels kognitiver Emotionstheorien zu erklären ist. Seit den Anfängen des „Cultural Indicators“-Forschungsprogramms 1967 in den USA, beschäftigt sich die ForscherInnengruppe neben den institutionellen Rahmenbedingungen („institutional process analysis“) mit den Programminhalten („message system analysis“) und deren Wirkungen („cultivation analysis“) im Kontext einer Kultur, die durch das Medium Fernsehen dominiert wird (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli & Shanahan, 2002).

> Das Fernsehen ist die Quelle der auf breitester Ebene allen Menschen gemeinsamen Bildern und Botschaften in der Geschichte. Es ist das führende Medium der uns allen gemeinsamen symbolischen Umwelt, in die unsere Kinder hinein geboren werden und in der wir alle unser ganzes Leben verleben werden. Während immer neue Kanäle eröffnet werden, werden ihre Inhalte immer ähnlicher. Für die meisten Zuschauer bedeuten die neuen Übermittlungssysteme wie Kabel, Satellit und das Internet nur eine tiefere Durchdringung und Integration der zentralen Muster von Bildern und Botschaften mit unserem alltäglichen Leben. (Gerbner, 2000, S. 103)

Gerbner et al. (2002) vergleichen die soziale Funktion des Mediums Fernsehen mit jener von Religionen, die vor allem in den kontinuierlichen Wiederholungen der Geschichten (Mythen, „Fakten“, „Lektionen“ etc.) im langfristigen Bereich liegt (ebenda, S. 44). Der ökonomische Druck der TV-Networks bzw. der ProduzentInnen führt – vor allem in der Primetime – meist zu ähnlichen dramaturgischen Grundmustern und stereotypen Darstellungen (z.B. Opfer- und TäterInnenrollen) und führt zu Auswirkungen hinsichtlich der Wahrnehmung und des Verhaltens, unter anderem in Bezug auf Ge-

schlechterrollen, Minderheiten- und Altersstereotypen, Gesundheitssystem, Wissenschaften, Familie, Bildung, Politik, Religion oder Umwelt. Bei der „cultivation analysis“ liegt der Fokus auf jenem Beitrag, der das Medium Fernsehen auf die Wahrnehmung der sozialen Realität leistet, der neben verzerrenden Aspekten, wie Überbetonung von Gewalt und Kriminalität auch im Sinne eines „mainstreamings“ gesellschaftlich nivelliert, also ursprünglich unterschiedliche Meinungen in verschiedenen gesellschaftlichen Subgruppen tendenziell auf ein Mainstream-Niveau vereinheitlicht. Die Einschätzung der unterschiedlichen RezipientInnengruppen (vor allem der Viel- und WenigseherInnen im Vergleich) wurden mit den Daten aus der realen Welt verglichen. Die dahinterliegende Annahme war, dass die Wahrnehmung der Welt sich mit steigendem Fernsehkonsum in die Richtung der fiktionalen Realitäten verschieben würde. Die Ergebnisse zeigten vor allem bei den VielseherInnen erhebliche Unterschiede zu den Fakten der realen Lebensbedingungen (primär hinsichtlich der Einschätzung der Anzahl von Gewaltverbrechen). Andere Variablen, wie z.B. die mediale Überbetonung von jungen DarstellerInnen, wirken sich nicht so stark wie die überproportionale Darstellung von Gewalt und Verbrechen auf die Einschätzungen der VielseherInnen aus (Hetsroni & Tukachinsky, 2006). Das Kultivierungsdifferenzial („cultivation differential“) gab die Verzerrung der Wahrnehmung der VielseherInnen an.

> Viewers are born into that symbolic world and cannot avoid exposure to its recurrent patterns, usually many times a day. This is not to claim that any individual program, type of program, or channel … might not have some “effects” of some kind or another; rather, it is to emphasize that what we call “cultivation analysis” focuses on the consequences of long-term exposure to the entire system of messages, in the aggregate. (Gerbner et al., 2002, S. 45)

Die „Kultivierungshypothese“ geht also grundsätzlich davon aus, „daß bei Personen, die besonders viel fernsehen, eine Verzerrung der Vorstellung von der gesellschaftlichen Realität eintritt – und zwar in Richtung auf die dargestellte ‚Fernsehwelt‘“ (Vitouch, 2007, S. 17). Für die Kultivierungsforschung ist das Fernsehen eine wesentliche Sozialisationsinstanz, vor allem auf die Gruppe der VielseherInnen. Die bei den Befragungen der VielseherInnen erhobenen verschobenen Einschätzungen in Richtung der medial vermittelten Welt nennen Gerbner et al. „television answers“ (2002. S. 47). Die Ängste der VielseherInnen sind im Vergleich zur realen Welt übertrieben (Glassner, 1999). In Relation zu den WenigseherInnen wurde bei den Vielsehern eine gesteigerte Ängstlichkeit erhoben, was Gerbner et al. eben auf die Wirkung der TV-Inhalte zurückführten. Hauptursache dafür sind die, im Vergleich zur realen Welt, über-

repräsentierten Gewaltakte im TV. Demnach führt Medienrezeption zu gesteigerter, generalisierter Angst. VielseherInnen fühlen sich stärker bedroht, sind ängstlicher und leben in einer gefährlicheren Welt als WenigseherInnen, was Gerbner et al. (2002, S. 52) als „Mean World"-Syndrom bezeichnen. Die medial vermittelte Welt („Gewaltprofile" der Primetime) werden einerseits mit Daten der realen Welt verglichen und in einem weiteren Schritt mit den Einschätzungen („beliefs") der TV-RezipientInnen. Die (kognitiven) Einschätzungen der Vielseher der Bedingungen der realen Welt werden also von den TV-Inhalten mitgeprägt und wirken sich auf die Emotionen aus. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit kann man hinzufügen, dass die VielseherInnen Alltagssituationen im Vergleich zu WenigseherInnen (im Sinne der kognitiven Emotionstheorien) rascher negativer bewerten und damit früher oder häufiger die Emotion Angst erleben. Kognitiv veränderte Beurteilungen von realen Lebenssituationen wirken sich so auf die emotionalen Reaktionen aus. Die allgemein gesteigerte Ängstlichkeit bedeutet auf konkrete Situationen bezogen, dass VielseherInnen zum Beispiel mehr Angst haben als WenigseherInnen, wenn sie sich vorstellen, alleine durch einen Park gehen zu müssen oder dass sie anderen Menschen weniger vertrauen. VielseherInnen nehmen die Welt allgemein als gefährlicher wahr, haben weniger Vertrauen in PolitikerInnen, tendieren zu mehr Selbstschutz durch Waffen, Hunde und Sicherheitsschlösser, zeigen aber auch verstärkte Gefühle der eigenen Macht- und Bedeutungslosigkeit.

Da die negative Einschätzung der Welt auch mit anderen Variablen, wie z.B. Gewaltakte in der (realen) Nachbarschaft zusammenhängt, kann dem Fernsehen keine singuläre Wirkung unterstellt werden. Da VielseherInnen überdurchschnittlich häufig in sozial benachteiligten Wohngegenden leben, in denen wiederum die reale Verbrechensquote höher liegt als bei WenigseherInnen, werden Drittvariablen bzw. zumindest intervenierende Variablen angenommen. Gerbner (2000, S. 109) spricht in diesem Zusammenhang von „Resonanz" („resonance"), wenn die alltägliche Realität und das Fernsehen ähnliche Botschaften in „zweifacher Dosis" transportieren. Die Verbindung von realen Erfahrungen mit Gewaltakten und hohem TV-Konsum kann einen verstärkten Kultivierungseffekt haben, der von Folgestudien unterstützt werden konnte (Kunczik et al., 2006; Reuband, 1998). Die Botschaften der Realität und der Medienwelt können einander also verstärken. Allerdings relativiert die Berücksichtigung von Drittvariablen die Ergebnisse der ursprünglichen Kultivierungsthese. Mehrere Studien zeigten sogar entgegengesetzte Ergebnisse (Kunczik et al., 2006; Grimm, 1999; siehe Kapitel „Gewaltwirkungsforschung"). Obwohl Meta-Analysen grundsätzlich auf einen geringen Kultivierungseffekt von Fernsehkonsum hindeuten (Morgan & Shanahan, 1997; Shanahan & Morgan, 1999), wird ein vielschichtiger Wirkzusammenhang angenommen, der eine weitere Erforschung von Drittvariablen notwendig macht.

3.2.2.1 Flache Emotionen

In Anlehnung an die oben beschriebene Kultivierungstheorie von Gerbner (u.a. Gerbner, Gross, Morgan & Signorelli, 1994) und unter Einbeziehung der kognitiven Emotionstheorie von Scherer (u.a. 1990) stellt Winterhoff-Spurk (1999) die These auf, dass das Fernsehen mit seinen komprimiert erzählten Geschichten und rasch wechselnden Handlungssträngen im Sinne einer Sozialisationsinstanz „flache“ Emotionen kultiviert. „Zum einen erzieht das Medium zur mentalen Oberflächlichkeit, zum anderen kultiviert es Einstellungen und Meinungen“ (Winterhoff-Spurk, 2005, S. 157). Statt von „cultivation of beliefs“ wird von „cultivation of emotions“ gesprochen, wobei davon ausgegangen wird, dass „das häufige Erleben spezifischer fernsehinduzierter Gefühle“ möglicherweise „das emotionale Erleben im wirklichen Leben“ der RezipientInnen verändert (Unz, Schwab & Winterhoff-Spurk, 2002, S. 112). Ähnlich argumentiert Noelle-Neumann (1986) hinsichtlich einer oberflächlichen Informationsverarbeitung der RezipientInnen beim Fernsehen. Viele unterschiedliche Informationen werden nicht fundiert vermittelt, was zu einer „Wissensillusion“, einer Art Scheingefühl der Informiertheit führt. Die RezipientInnen orientieren sich demnach nur oberflächlich an den Nachrichtensendungen, fühlen sich gut informiert, ohne es tatsächlich zu sein.

Mit dem raschen Wechsel von unterschiedlichen Situationen und dramatischen Ereignissen bietet das Fernsehen eine breite Palette von emotional sehr unterschiedlich aufgeladenen Situationen, die von den RezipientInnen nur sehr oberflächlich verarbeitet werden können. Diese kurzfristige und rasch wechselnde Angebotsweise führt beim Publikum zu „flachen Gefühlen“. Die Darstellung von intensiven Emotionen soll die ZuseherInnen an die jeweilige Serie binden. Durch die rasche Abhandlung von emotional aufgeladenen Szenen ist es aber auch nicht möglich, die jeweilige Emotion tiefergehend zu behandeln. Von Glücksgefühlen über tiefe Trauer, Verlust und Tod bis Liebe und Erfolg werden die unterschiedlichsten Emotionen in kürzester Zeit dargestellt. Winterhoff-Spurk (2005) stellt sogar eine Verbindung zwischen den Persönlichkeitseigenschaften von SchauspielerInnen, den kultivierenden Botschaften des Mediums Fernsehen und den Auswirkungen auf kognitive und emotionale Schemata der RezipientInnen her:

> Insgesamt ist der hysterische Kognitionsstil durch die drei Merkmale Konzentrationsunfähigkeit, Beeindruckbarkeit und Lücken im Faktenwissen gekennzeichnet. Das entspricht nicht nur zu guten Teilen den Merkmalen oral-regressiven Denkens mit seiner Tendenz zu simplen kognitiven Operationen und Strukturen, es entspricht vor allem in geradezu frappierender Weise den Eigenschaften des Mediums: Auch das Medium gibt sich lebhaft, verblüffend, nachdrücklich. Es verlangt keine Konzentration, gilt ja insgesamt als „leichtes Medium“ und

> vermittelt eher oberflächliche Eindrücke als fundiertes Wissen. So findet sich also auch hinsichtlich des Denkens eine überraschend gute Passung von medialer und mentaler Struktur: Das Fernsehen entspricht dem Kognitionsstil des Histrio, und es prägt ihn Tag für Tag aufs neue. (S. 176)

Winterhoff-Spurk geht davon aus, dass das Medium Fernsehen Emotionen nicht nur auslösen kann, sondern dass es die emotionalen Reaktionen der ZuseherInnen langfristig verändert und abschwächt:

> Etwas fühlen ist ein psychischer Vorgang, der mit verschiedenen Reaktionen verbunden ist und der Zeit verbraucht. Das Fernsehen gewährt diese Zeit nicht, die Schnelligkeit der medialen Informationsdarbietung läßt tiefe, länger dauernde Gefühle nicht mehr entstehen. Das emotionale Erleben ist auf eine kurze, vor allem aktivierende Reaktion beschränkt. (ebenda)

Das hohe Darbietungstempo der emotionsauslösenden TV-Inhalte verringert intensive Reaktionen und im Besonderen empathische. Die dicht gedrängte Angebotsweise des Fernsehens verunmöglicht eine angemessene, „normale“ emotionale Reaktion auf Schicksalsschläge, Unfälle, Liebesszenen, bzw. jede Art von positiven oder negativen dramatisierten Medienereignissen bei den ZuseherInnen. Im Rezeptionsprozess „bleibt tatsächlich nicht genug Zeit für eine vollständige emotionale Reaktion“ (ebenda). Kurzfristig werden stark unterschiedliche Emotionen aktiviert und vermischt, was als „Konfundierung“ der Emotionen bezeichnet wird.

Die rasche Abfolge der Darstellung von unterschiedlichen emotional aufgeladenen Szenen ist grundlegend Mittel der Aufmerksamkeitssteuerung im Sinne der Marktanteilssteigerung der Sendeanstalten. Da sich das Publikum aber an die erhöhten und beschleunigten Emotionsdosen gewöhnt, ist in Folge eine weitere Erhöhung der Emotionalisierung der Medienbotschaften notwendig. Im Wettbewerb steigern die verschiedenen ProgrammanbieterInnen so die Geschwindigkeit und die Intensität der emotionsdarstellenden und potenziell -auslösenden Szenen um die Zuwendung des Publikums zum jeweiligen Sender hochzuhalten (vgl. Kapitel „Emotionalisierung als Merkmal von Medieninhalten“):

> Mit dieser Dynamik von schneller, oberflächlicher Emotionalisierung, Habitualisierung, weiterer Emotionalisierung, erneuter Habitualisierung usf. wird das Medium jeden Tag aufs Neue zum Vermittler einer sehr speziellen ‚éducation sentimentale‘: Es kultiviert eben jene Emotionalität des histrionischen Charakters – schnell erregt, flach, oberflächlich, labil, theatralisch und wenig differenziert. (ebenda, S. 178)

Auch andere Studien kommen zum Ergebnis einer allgemeinen Beschleunigung des medialen Reizmaterials. Ettenhuber (2007) ortet die Dynamisierung der Binnenstruktur (schnellere Schnitte) und der Programmstruktur (Verkürzung der Programmelemente bzw. Steigerung der Anzahl der Sendungen eines Sendetages). Mit der Beschleunigung der Angebotsstrukturen geht aber auch eine Beschleunigung des RezipientInnenhandelns einher. Ettenhuber (2007) zeigt zwischen den Jahren 1995 und 2005 auch eine Veränderung hinsichtlich kürzerer Zuwendungszeiten und raschere und häufigere Suchstrategien. Allgemein nahm die Suchstrategie des „Scannens“ zu und gezieltes Einschalten eines Senders und das dort Verweilen („Sticken“) ebenso wie die durchschnittliche Kanalintervalldauer ab (6 auf 4 Minuten). Die Umschalthäufigkeit pro Stunde steigerte sich im Gegensatz dazu (10 auf 16). In Summe werden ZuseherInnen zusehends „mobiler“.

3.2.3 Fehlende Halbsekunde

Sturm (1984) schließt ebenfalls von den formalen Angebotsweisen des Fernsehens auf Verarbeitungsprozesse bei den RezipientInnen. Bei ihr geht es aber nicht um eine Gewöhnung oder Abstumpfung an häufig emotionalisierende Medienreize, sondern um eine Reduzierung der kognitiven Verarbeitungsmöglichkeiten. Sturm weist auf die „fehlende Halbsekunde“ im Rezeptionsprozess hin, die es dem Publikum häufig nicht ermöglicht, die Medieninhalte kognitiv zu verarbeiten. „Kognitiv“ wird bei Sturm mit bewusst gleichgesetzt und unterscheidet sich daher von dem Begriff der „Kognitionen“ im Rahmen der kognitiven Emotionstheorien. Die Kernaussage ist, dass es durch die rasche Angebotsweise des Fernsehens zu einer Betonung der emotionalen Verarbeitung kommt. In Summe geht Sturm (2000, S. 179) davon aus, „daß die stetig verlangte Anpassung an die formalen medienspezifischen Außenreize ein zentraler Sozialisationsfaktor ist“. Zu den „fernseh-/laufbildspezifischen“ Sozialisationswirkungen zählt Sturm (2000, S. 180) „Veränderungen in Umgang und Bewertung emotionaler Eindrücke“ hinsichtlich Erinnerung und Differenzierung, aber auch hinsichtlich der Betroffenheit (Desensibilisierung/Sensibilisierung). Sturm stützt sich auf Untersuchungen des Unterschieds zwischen Fernsehwahrnehmung und „lebensrealer“ Wahrnehmung. In „lebensrealen Situationen“ (ebenda, S. 60) haben z.B. Kinder die Möglichkeit der „inneren Verbalisierung“ des Erlebten. „Dieser Vorgang der inneren Benennung bedeutet dabei zugleich eine Kategorisierung der uns treffenden Außenreize, ein Einordnen in kognitive und emotionale Bezugssysteme“ (ebenda, S. 61). Die „rasant-wechselvollen“ Darbietungen behindern die innere Verbalisierung und damit die Möglichkeit, eigene Erwartungen und Erfahrungen bei der Fernsehdarbietung einzubringen. In Abhängig-

keit von dem Zustandekommen innerer Verbalisierung kommt es zu unterschiedlicher emotionaler Differenzierung (Sturm, 1995). Die rasche Reizdarbietung führt u.a. bei Kindern zu geringerer Erinnerungsleistung. Zum Nachvollzug ist eine innere Verbalisierung notwendig, die bei Gegenläufigkeit von Bild und Wort, z.B. bei sachlich kommentierten emotionalen Bildern (wie oft bei Fernsehnachrichten) erschwert wird. Die „fernsehtypische Doppelkodierung auf der Darbietungsseite und den verlangten Doppel-Kodierungen auf der Rezipientenseite“ (Sturm, 2000, S. 26) stellen eine Überforderung der RezipientInnen dar. Vor allem bei gegenläufigen Bild-/Wortinformationen wird eine hohe physiologische Erregung gemessen, die einerseits als unangenehm empfunden wird und anderseits ein „Sich-Einlassen“ auf die Inhalte erschwert:

> Bei überhöhter Rasanz wird der Zuschauer gleichsam von Bild zu Bild getrieben, er hat laufend unvorhersehbare wahrnehmungsunabhängige Neu-Anpassungen vorzunehmen, er „kommt nicht mehr mit“ und verstummt in seiner inneren Benennung. In solchen Fällen agiert und reagiert der Zuschauer mit hoher physiologischer Erregung, und das veranlaßt zugleich, daß seine Verständnisleistungen reduziert sind: Er ist dem rasanten Bild-/Wortablauf sozusagen fremdgesteuert ausgeliefert. Auswirkungen eines solchen rasant-fremdgesteuerten Anpassungsverhaltens sind dann Erinnerungsblockaden und emotionales Unbefriedigtsein. (Sturm, 1984; S. 62)

Durch die filmischen Gestaltungsmittel kommt es zur „wahrnehmungsmäßigen Überforderung des Zuschauers“ (ebenda, S. 62) und zu einer Betonung der Emotionen, was sich auch auf die Erinnerungsleistung auswirkt:

> Die emotionale Seite der inneren Benennung erhält dabei besonderes Gewicht. Das erklärt sich aus zwei Gründen: Zum einen haben wir wiederholt festgestellt, daß die fernsehvermittelten emotionalen Eindrücke das eigentlich Medienspezifische sind: Sie bleiben über Wochen unverändert, wohingegen die fernsehvermittelten Inhalte vergessen werden in Übereinstimmung mit den bekannten Vergessenskurven: Man vergißt erst schneller, dann langsamer. (ebenda, S. 63)

Auch neuere Studien belegen, dass ZuseherInnen durch die beschleunigten Angebotsweisen des Fernsehens gestresst werden, was sich negativ auf die Erinnerungsleistung auswirken kann: „In mehrfacher Hinsicht wird der Zuschauer gestreßt: durch das ‚Wie der Präsentation‘, durch die vielfältigen Verkürzungen, Bild- und Wortüberlastungen und die unvorhersehbaren plötzlichen Standort-, Situations-, Personen- und Szenenwechsel“ (Grewe-Partsch & Doelker, 2000, S. 7). Mundorf, Drew, Zillmann

und Weaver (1990) stellen fest, dass Nachrichtenbeiträge, die unmittelbar nach einer emotional aufwühlenden Nachricht gesendet werden, signifikant schlechter erinnert werden, als Nachrichten nach nicht besonders emotionalen Beiträgen. Dieser negative Einfluss auf die Gedächtnisleistung wirkt sich auf Beiträge innerhalb der nächsten drei Minuten nach dem affektiv geladenen Beitrag aus. Newhagen und Reeves (1992) weisen negative Erinnerungsleistungen auf TV-Beiträge nach, die vor emotional geladenen Nachrichten gesendet werden. Sturm sieht negative Langzeitfolgen vor allem für „Wahllos-Seher und Langzeitseher“, welche die emotionalisierenden Botschaften des Fernsehens relativ undifferenziert verarbeiten. Die medienimmanente Kurzweiligkeit der Fernsehdarbietungen führt zu einem „Übergewicht von undifferenzierten emotionalen Eindrücken und Erinnerungen, die sich verbinden können mit neuen unabsehbaren Grob-Emotionen oder mit Kognitionen, zu denen keine personalen Erfahrungen oder Differenzierungen vorliegen“ (Sturm, 2000, S. 169).

Als Lösung schlägt Sturm die Entwicklung einer „rezipientenorientierten, kommunikationsfreundlichen Mediendramaturgie“ (ebenda, S. 173) vor, die zum Zwecke der besseren Verarbeitung durch das Publikum dramaturgische Pausen in den audiovisuellen Produkten fordert. Diese Pausen können als eine Art „Übergangshilfen“ (Sturm, 1984, S. 63) zur Entwicklung von differenzierteren Emotionen dienen. Dadurch soll das Erkennen und das innere Benennen der filmischen Botschaften differenziertere emotionale Reaktionen ermöglichen (z.B. Lust in Freude, Heiterkeit, Glück, Unlust in Angst, Trauer, Wut), die über einfache Lust-/Unlustgefühle hinausgehen. Weiters fordert Sturm (2000, S. 169) ein Gleichgewicht von „Spannungserzeugung und Spannungslösung“, um eine „mittlere physiologische Erregung“ bei den RezipientInnen aufzubauen bzw. zu erhalten. „Unidirektionale“ Darbietungen mit in sich stimmigen Informationen, die nacheinander und in Übereinstimmung (Wort und Bild) zueinander stehen, können ebenso zur verbesserten kognitiven und emotionalen Verarbeitung der TV-Sendungen beitragen.

3.2.4 Psychophysiologische Untersuchungen

Psychophysiologische Messungen werden im Zusammenhang mit verschiedenen medienpsychologischen Fragestellungen angewendet. Ein wesentlicher Vorteil der Messmethode – vor allem im Vergleich zur Befragung – liegt in der Verhinderung von sozial erwünschten Antworten (Vitouch, 1997). Die unmittelbare Messung der Reaktion auf mediale Reize ermöglicht weiters die Reduzierung von Ungenauigkeiten durch Verbalisierungsschwierigkeiten, Auskunfts- und Introspektionsfähigkeit und -willen, Erinnerungsfehler oder nachträgliche Rationalisierungen oder Uminterpretationen (Fahr, 2006). Beispielhaft können Studien von Zillmann (siehe Kapitel „Excitation-

Transfer“), Arbeiten von Sturm und Vitouch (u.a. Sturm, Vitouch, Bauer & Grewe-Partsch, 1982; Vitouch, Tinchon, Kernbeiß und Swoboda; 1994; Sturm, 2000;) oder Arbeiten zur Gewaltwirkungsforschung (Grimm, 1999; Früh & Fahr, 2006) angeführt werden. Grundsätzlich werden Emotionen dabei als abhängige Variable von medialen Reizen operationalisiert. Stärke der psychophysiologischen Messungen ist die Erfassung der Intensität (Arousal) von medienevozierten Emotionen.

Sturm et al. untersuchten beispielsweise die Erinnerungsleistung in Abhängigkeit zur Aktivationsstärke einzelner Medienpassagen (Kinderfilme, siehe Kapitel „Fehlende Halbsekunde“). Als Reiz für neunjährige Kinder (30 Mädchen, 30 Burschen) dienten unterschiedliche Stimulusvarianten (eine nonverbale, eine sachlich-verbale und eine emotional-verbale Filmversion). Die unterschiedlichen emotionalen Wirkungen wurden rezeptionsbegleitend über psychophysiologische Messungen operationalisiert (Herzfrequenz, Atmungsfrequenz, Hautwiderstand). Mit den psychophysiologischen Parametern wurden verbale Beurteilungen (heiter – traurig; Einschätzung der Passagen) und die Valenz (angenehm – unangenehm) mit einem Drehregler („Skalierungskästchen“) kombiniert. Ein wesentliches Ergebnis der Experimente ist, dass die emotional-verbale Filmversion am besten erinnert wurde, was Sturm et al. auf das gemessene mittlere Aktivierungsniveau zurückführten. Die sachlich-verbale Variante resultierte in der höchsten physiologischen Erregung und wurde am unangenehmsten empfunden, was auf die dadurch verlangten unterschiedlichen Dekodierungsleistungen (sachlich kommentierte emotionale Bilder) erklärt wurde. Die „gegenläufige Bild-/Wort-Beziehungen befördern eine hohe physiologische Erregung; diese wird als unangenehm erlebt und beeinträchtigt Verständnis-, Behaltens- und Erinnerungsleistungen“ (Sturm, 2000, S. 107).

Grimm (1999) untersuchte rezeptionsbegleitend die emotionalen Verarbeitungsprozesse der RezipientInnen bei Sequenzen von gewalthaltigen Spielfilmen („Rambo“, „Savage Street“, siehe Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“) im Sinne der Zwei-Komponenten-Theorie der Emotionen (Schacher & Singer, 1962; Schachter, 1964). Zur Entschlüsselung von Arousal-Verläufen dienten Hautleitfähigkeit und Herzfrequenz. Bezugnehmend auf Gray (1982) wurde ein gleichsinniger Verlauf der beiden Indikatorvariablen als Verhaltensaktivierung („Behavioral Activation System“ bzw. „BAS“, steigende Herzfrequenz und erhöhte Hautleitfähigkeit) interpretiert, ein gegensinniger Verlauf („Beavioral Inhibition System“ bzw. „BIS“, sinkende Herzfrequenz und steigende Hautleitfähigkeit) hingegen als Verhaltensblockade in Verbindung mit Angst und intensiver kognitiver Aktivität. Diese beiden Konstrukte wurden mit verschiedenen dramaturgischen Bedingungen in Zusammenhang gebracht und empirisch bestätigt. Im Prinzip geht es dabei um Bedrohungsszenarien in Filmen, die einmal mit einer reellen

Fluchtmöglichkeit und andererseits mit keiner sofort vollziehbaren reellen Handlungschance für die ProtagonistInnen verknüpft waren. Bei keinen Fluchtmöglichkeiten reagierten die ProbandInnen mit erhöhter Hautleitfähigkeit und gleichzeitigem Absinken der Herzfrequenz, was die Autoren als Angst interpretierten. Bei Fluchtmöglichkeiten für die ProtagonistInnen reagierten die ProbandInnen mit Erregung (Hautleitfähigkeit) und Aktivierung (Herzfrequenz). Frauen und Männer zeigten die stärksten Dissoziationen bei geschlechtshomologen Opfern (vor allem am Ende des Films). Im Sinne der Appraisal-Theorien könnte man hier anfügen, dass unterschiedliche (stellvertretend nachvollzogene) Einschätzungen zu unterschiedlichen Bewertungsmustern und damit zu unterschiedlichen Emotionen führten:

> BIS und BAS sind nicht nur bei Primärerfahrungen, die ein leibliches Risiko des Handelnden voraussetzen, sondern auch bei der teilnehmenden Beobachtung involviert, wie sie im Rahmen der Filmrezeption stattfindet. … Unter mehr oder weniger realistischen Simulationsbedingungen hat der Rezipient die Möglichkeit, sich mit Hilfe der „stellvertretenden Erfahrung“ von Filmprotagonisten und eigenen (geistigen) Probehandlungen (Tannenbau 1980) für den Ernstfall zu „präparieren“. (Grimm, 1999, S. 230)

Früh et al. (2006) befassen sich auch mit emotionalen Medienwirkungen von Filmen. „Rezeptionsemotionen“ (Emotionen, die während und nach der Rezeption entstehen, ebenda, S. 27) wurden bei Szenen mit legitimierter Gewalt gemessen und mit Ergebnissen von Fragebögen verglichen. Als abhängige Variable wurden die Valenz („Continuous-Response-Measure-Schieberegler“ bzw. „CRM“ auf der Dimension angenehm-unangenehm) und physiologische Parameter (Herzfrequenz, Hautleitfähigkeit, „Skin Conductance Level“ bzw. „SCL“ und die Atmungsaktivität) für die Aktivierung operationalisiert. Reize waren Filmszenen mit unterschiedlich legitimierter Gewalt. Die gemessenen, unmittelbaren Reaktionen während der Filmrezeption waren bei allen Versuchspersonen ähnlich hoch (SCL-Kurve für die Aktivierung und CRM-Index für die Bewertung). Die nach der Sichtung mittels Fragebogen erhobenen, erinnerten Emotionen wurden aber mit geringerer Intensität angegeben. Die vergleichsweise geringeren Intensitäten der erinnerten Emotionen (positiv wie negativ) werden neben der möglichen Abschwächung durch Vergessen von Früh et al. (ebenda, S. 33) dahingehend interpretiert, „dass Spielfilme im Vergleich zu realen Situationen keine reale Relevanz besitzen und daher auch das Emotionserleben im Rückblick weniger intensiv und damit unbedeutend erscheint.“ Im Sinne der kognitionspsychologischen Emotionstheorien verändert sich offensichtlich die Bewertung bezüglich der lebensweltlichen Relevanz durch die RezipientInnen im Nachhinein. Die rezeptionsbegleitende Messung deutet

auf intensiv negative Emotionen bei z.B. einer Erschießungsszene (Valenz unangenehm, Aktivierung hoch) hin. Die ausgelösten negativen Emotionen wirken auch noch auf andere, spätere Szenen nach bei denen auf die negative Szene „filmisch“ erinnert wird. Unterschiedlich legitimierte Gewalt (Grund für Erschießung, Vergewaltigung oder Rassismus) führte zu unterschiedlichen Emotionen (Angst oder Traurigkeit), was auf unterschiedliche Bewertungen im Sinne der kognitiven Emotionstheorien als Basis für die jeweiligen Emotionen hinweist.

Obwohl die Studie von Vitouch et al. (1994) hier vor allem als Beispiel für eine psychophysiologische Untersuchung dienen soll, können die Ergebnisse auch mit den Appraisal-Theorien in Einklang gebracht werden, da sie unterschiedliche Relevanzbewertungen durch medieninduzierte Inhalte verdeutlichen. Vitouch et al. untersuchten die emotionalen Wirkungen von Angst auslösender Berichterstattung über grenznahe Atomkraftwerke in Österreich und der damaligen CSFR. Dabei zeigten sich unterschiedliche emotionale Reaktionen der EinwohnerInnen von Wien und Bratislava auf verschieden relevante Nachrichtenbeiträge. Hohe Erregung wurde bei relevanten Themen aus der jeweiligen Perspektive gemessen: Z.B. reagierten Versuchspersonen aus Bratislava auf Berichte über die lokale Energiepolitik, eigene Atomkraftwerke oder die belastete Umwelt mit höherer Erregung, während die Wiener Versuchspersonen vor allem auf Berichte über den Import von verschmutzter Luft aus Kohlekraftwerken aus dem Nachbarland oder über weitere geplante Atomkraftwerke mit höherer Erregung reagierten.

Ein weiteres Beispiel für eine psychophysiologische Untersuchung von Medieneffekten ist eine Studie an 100 männlichen 11- bis 15-jährigen Schülern (Myrtek, Scharff & Brügner, 1997), bei der festgestellt wurde, dass das häusliche Fernsehen eine hohe emotionale Beanspruchung darstellt (vor allem bei jüngeren Schülern und bei Wenigsehern). Gemessen wurde mittels tragbarer Messgeräte die Herzfrequenz (als Indikator für die Gesamtbeanspruchung), die Bewegungsaktivität (als Indikator für die „energetische“ Beanspruchung) und das subjektive Befinden (Aufgeregtheit, angenehm/unangenehm) und Art der Aktivität (Ort, Tätigkeit, soziale Kontakte). In Summe wurde durch das Fernsehen im Vergleich zur Schulzeit eine klar höhere physiologisch gemessene emotionale Beanspruchung festgestellt. Differenziert wurden die Ergebnisse durch die Variablen Fernsehkonsum und Alter. Die geringere emotionale Beanspruchung der Vielseher wurde in die Richtung einer Habitualisierung durch hohen Medienkonsum interpretiert (vgl. Kapitel „Kultivierung von Emotionen“).

Psychophysiologische Messungen können aber in Summe kaum differenzierte emotionale Reaktionen beschreiben:

> The collection of psychophysiological data certainly is the most objective way to empirically represent emotional media effects. Indeed, arousal as a constituent part of emotional responses can be measured via different physiological parameters and provides valuable process information about audience responses to screen offerings. The differentiation of general alarm reactions from specific responses, however, is still an unsolved problem. (Bente & Vorderer, 1997, S. 129)

Die Stärke der psychophysiologischen Messungen liegt in der Erfassung der Intensität der Erregung („Arousal“). Die subjektiven Bewertungen (u.a. „Valenz“, aber auch differenzierte Emotionen) müssen aber gesondert erhoben bzw. verifiziert werden (Trepte, 2006; Fahr, 2006). Feist, Bente & Hündgen (1997) objektivieren mit psychophysiologischen Messungen die subjektiven Einschätzungen von emotionalen Wirkungen von TV-Sendungen (zum Genre „Affektfernsehen“, siehe Kapitel „Affektfernsehen“). Dabei erwies sich der systolische Blutdruck als besonders aussagekräftiger Parameter für die emotionale Erregung. Hohe Korrelationen zeigten sich hinsichtlich des subjektiven Erlebens von Spannung, aber auch von Peinlichkeit. Maass, Lohaus & Oliver (2010) untersuchten physiologische und psychologische Indikatoren von Stress bei 98 11- bis 14-jährigen Burschen. Als Stimulusmaterial dienten gewalthaltige und neutrale TV-Inhalte und Videospiele. Gemessen wurden u.a. Herzfrequenz (HR), Herzfrequenz-Variabilität (HRV) und das subjektive Erleben. Allgemein wurden erhöhte Stressfaktoren bei gewalthaltigen Medieninhalten gefunden, was allerdings auch mit einem positiven Unterhaltungserleben einherging. Ein weiteres Beispiel für die Verbindung von physiologischen Messungen in Kombination von subjektiven Bewertungen liefert Suckfüll (2004). Bei dieser Studie wurden physiologische Indikatoren (Herz- und Atemfrequenz, elektrodermale Aktivität) mit der Methode des lauten Denkens bei simultaner Spielfilmpräsentation kombiniert. Das laute Denken wurde zur Unterstützung der Interpretation von signifikanten Aufmerksamkeits- und Aktivierungsänderungen genützt. Ziel der Studie war die Erfassung unterschiedlicher Rezeptionsmodalitäten, die den Fokus bei der Informationsaufnahme steuern (z.B. mehr Aufmerksamkeit bezüglich Identifikationsmöglichkeiten in Abhängigkeit vom individuellen Rezeptionsmodus). Obwohl in dieser Studie keine Verbindungen zu alltagsrelevanten Themen der RezipientInnen hergestellt wurden, können im Sinne der kognitiven Emotionstheorien subjektive Interpretationen (u.a. hinsichtlich der Relevanz, Ziele, Involvement etc.) nur durch eine Methodenkombination (u.a. mit Befragung, „lautes Denken“, Gruppendiskussionen etc.) erfasst werden. Zur Erfassung der Emotionsqualitäten können auch Skalen wie die „Differentielle Affekt Skala“ bzw. der „Modifizierten Differentiellen Affekt

Skala zur Erfassung subjektiver Befindlichkeiten während der Medienrezeption“ (Renaud & Unz, 2006) verwendet werden. Neben psychophysiologischen Methoden können grundsätzlich zur Erfassung von (emotionalem) Unterhaltungserleben vor allem die qualitativ orientierten Methoden „fokussierte Interviews“ (Vergegenwärtigung der Stimulussituation mit Fokussierung auf Emotionen, Merton & Kendall, 1993), die Methode des „lauten Denkens“ (begleitende Wortmeldungen während der Rezeption, Weidle & Wagner, 1994) oder „Real Time Response Tests“ (RTR-Test, emotionale Bewertung während der Rezeption mit stufenlosem Regler, Bewley, 2001) herangezogen werden (Giegler & Wenger, 2003).

3.2.5 Emotionale Ansteckung und Ausdrucksforschung

Das Phänomen der emotionalen Ansteckung („emotional contagion“) bzw. der motorischen Mimikry („motor mimicry“) meint die Nachahmung eines wahrgenommenen Gesichtsausdrucks (u.a. durch eine RezipientIn) und die damit verbundene Rückwirkung („facial feedback“) auf die empfundenen Emotionen (Hatfield, Cacioppo & Rapson, 1994). Die angenommenen Zusammenhänge basieren einerseits auf der Theorie vom universellen Gesichtsausdruck (Ekman, 2004, 1988a; Ekman & Friesen, 1971) und auf den Arbeiten von McDougall (1908/1960), die den evolutionspsychologischen Emotionstheorien zuzurechnen sind (Tan, 2009; Meyer et al., 2001). Die Idee der Rückwirkung von körperlichen Veränderungen auf das Emotionsempfinden geht andererseits auf die Grundannahmen der Emotionstheorie von James (1890/1950) zurück und wird daher mit neo-jamesianischen Emotionstheorien assoziiert. Dabei geht es vor allem um die Rückmeldung des Ausdrucksverhaltens bzw. um die Gesichts-Feedback-Hypothese („facial feedback hypothesis“), die davon ausgeht, dass mimischer (u.a. nachgeahmter) Ausdruck sich auf die (wahrgenommenen) Emotionen auswirkt. In Summe zeigen zahlreiche Untersuchungen, dass die Mimik, aber auch die Körperhaltung die empfundenen Emotionen in einem relativ geringen Ausmaß beeinflussen können, und weiters nicht notwendig für Emotionen sind (Meyer et al., 2001). Die Beobachtung von mimisch ausgedrückten Emotionen führt nicht unbedingt zur einfachen Nachahmung der dargestellten Emotionen, sondern kann in Anbetracht von antizipierten Konsequenzen andersartig ausfallen. So verzeichnete Lundqvist (1993) bei Reaktionen auf die mimisch dargestellten Emotionen Ärger, Angst und Ekel gemischte wahrgenommene Emotionen bei den ProbandInnen (Vorlage von Bildern). Ärgerliche Gesichter lösen demnach nicht unbedingt ebenfalls Ärger aus, sondern können, in Anbetracht möglicher negativer Reaktionen, Angst auslösen.

In der Filmwissenschaft spricht man in diesem Zusammenhang von „somatischer Empathie“ (Brinckmann, 1999) im Gegensatz zur „identifikatorischen, affektsimu-

lativen Empathie (Eder, 2009; siehe Kapitel „Besonderheiten medieninduzierter Emotionen“). Plantinga (1999) kombiniert filmwissenschaftliche Überlegungen mit den emotionspsychologischen Konzepten der „affective mimicry“, „facial feedback“ und „emotional contagion“. Platinga verweist ebenfalls auf die Arbeiten zum universellen Gesichtsausdruck von Ekman, Izard und Tomkins. In „scenes of empathy“ (ebenda, S. 239) werden universelle Gesichtsausdrücke filmisch besonders intensiv dargestellt, vom Publikum tendenziell nachgeahmt und wirken damit im Sinne der „facial feedback hypothesis“ zumindest mit einer geringen Beeinflussungstendenz auf die empathische emotionale Reaktion beim Publikum zurück. „The weakest version of the hypothesis asserts that facial feedback influences emotional experience under some conditions, but is not sufficient to cause an emotion“ (ebenda, S. 244). Um eine emotionale Wirkung beim Publikum in einer intendierten Richtung auszulösen sind andere (filmische, inhaltliche und formale) Kontextinformationen zusätzlich notwendig: „If we accept a weak version of the efference hypothesis, then facial mimicry would occur, and would affect spectator response, only when used in tandem with other congruent and mutually reinforcing factors“ (ebenda, S. 255).

Die emotionale Ansteckung basiert auf den Arbeiten zur Ausdrucksforschung, die sich mit dem Zusammenhang von Emotionen und Ausdrucksverhalten beschäftigt. Dabei geht es um die Frage, ob das Gesicht bzw. der mimische Ausdruck Informationen über die erlebten Emotionen liefert, bzw. ob der mimische Ausdruck bestimmten Emotionen zugeordnet werden kann. Die moderne Ära der Ausdrucksforschung begann mit der Veröffentlichung der Studien von Tomkins (1962) und Plutchik (1962) mit dem Konzept der Basisemotionen (Russel & Fernández-Dols, 1997). In diesem Zusammenhang sind die Arbeiten von Izard (1971) und Ekman (1971, 1972) besonders hervorzuheben. Der Universalitäts-Anspruch von Darwin (1965/1872) und die evolutionäre Bedeutung von Basisemotionen rückten in den Mittelpunkt. Izards (1971, 1997) „Differential Emotions“-Theorie baut auf den Überlegungen Tomkins (1962) auf und geht von einigen wenigen, genetisch bedingten Ausdrucksmustern aus, die kommunikativ bzw. sozial-funktional adaptiv angelegt sind. Auch Ekman (1988a) bezieht sich in seiner Argumentation auf Darwin und verweist damit auf Anpassungsfunktionen des mimischen Ausdrucks, bzw. auf die biologische Komponente des Gesichtsausdrucks bzw. der Grundemotionen; also auf eine weltweite Gleichförmigkeit bzw. Universalität des mimischen Ausdrucks von Gefühlen. Für Ekman sind Gesichtsbewegungen „Überreste einstmals biologisch sinnvoller Bewegungen“ (Ekman, 1988a, S. 16), die sich teilweise auch schon bei Säuglingen und Kindern nachweisen lassen (Ekman, 1988c). Dabei verweist Ekman auf interkulturelle Experimente, welche die Annahme unterstützen, dass es universelle Formen des Gesichtsausdrucks für eine geringe Anzahl von

Basisemotionen gibt. Ekman geht neben den biologischen aber auch von sozialen Determinanten von Gefühlen bzw. von Ausdrucksverhalten aus, die er in kulturell geprägte und persönliche Darbietungsregeln unterteilt. „Action units“ als kleinste Beobachtungseinheit sind gleichzeitig die Basis seines „Facial Action Coding Systems“ mit dem er mimisches Verhalten systematisierte und damit messbar machte (Ekman, 1988e, 1988b). Die 1978 veröffentlichte Methode zur Messung von Gesichtsbewegungen wurde in weiterer Folge mittels von Ekman genannten Mikroausdrücken („micro expressions“) auch dazu verwendet, in Kriminalfällen mögliche Falschaussagen zu identifizieren (Ekman, 2004). Das Komponentenmodell von Smith und Scott (1997) systematisiert ebenfalls gezeigte Emotionen bzw. Ausdrucksvarianten und stellt auch einen Zusammenhang zu evolutionären Theorien her. Die Theorie des universellen Gesichtsausdrucks lässt sich in Summe wie folgt zusammenfassen (Tan, 2009, S. 266f.):

1. Die Grundemotionen bilden einen notwendigen Bestandteil des menschlichen Lebens und werden daher über alle Kulturgrenzen hinweg übereinstimmend erlebt und von einem entsprechenden Gesichtsausdruck begleitet. Viele Emotionen sind eine Mischung aus einer oder mehreren Grundemotionen, andere stellen Spezialisierungen einer Grundemotion dar, wobei die Spezialisierung eine Steigerung der Intensität der Emotion sein kann oder durch einen bestimmten Objektbezug zustande kommen kann. So lässt sich beispielsweise Scham als eine Form oder Spezialisierung von Verachtung oder Ekel verstehen, nämlich als Verachtung oder Ekel sich selbst gegenüber.
2. Bestimmte kulturspezifische Konventionen geben dem Ausdruck von Emotionen bis zu einem gewissen Grad seine Form. Jede Kultur kennt Vorschriften darüber, welche Emotionen man zeigen darf und wie man sie zeigen soll. Art und Intensität des Gesichtsausdrucks sind an soziale Rollen gebunden und werden durch die jeweilige Situation bestimmt. Andererseits lassen sich Emotionen nur in beschränktem Ausmass beherrschen und verbergen. Oft wird die tatsächliche Empfindung durch eine Art kulturelle Maske hindurch sichtbar; Emotionspsychologen sprechen in diesem Zusammenhang von einem „emotionalem Leck“.

Tan (2009) wendet beispielsweise Ekmans „Facial Affect Coding System“ zur Analyse von Comics („Reiseziel Mond“, „Tim und Struppi“-Reihe, „Maus“) und Filmen („The Remains of the Day”, „Ninotschka”, „Analyse This”, „Le petit monde de Don Camillo” oder „Pulp Fiction”) an. Dabei findet Tan Ähnlichkeiten bei der Darstellung der Grundemotionen (Freude, Angst, Ärger, Ekel, Überraschung und Trauer), die sich in die Theorie des universellen Gesichtsausdrucks einordnen lassen. Die erkannten Emo-

tionen unterstützen Charakterisierung und Handlung und „das Vergnügen der Leser / Kinogänger – eine Art Fest des Erkennens – besteht im Wesentlichen im Erfassen von Emotionen, die in einen breiten Kontext von Kenntnissen gestellt werden“ (ebenda, S. 287). Interessant ist weiters die Feststellung, dass im Autorenfilm (z.B. „Morte a Venezia“) die Emotionen „schwieriger zu lesen“ sind als im populären Film, da sich im Autorenfilm Gesichtsausdrücke u.a. nur langsam ändern oder eine Veränderung sehr lange anhält (ebenda, S. 283). Das richtige Erkennen der (mimisch) dargestellten Emotionen durch die RezipientInnen ist aber nicht mit dem medialen Unterhaltungserleben gleichzusetzen. „Vielmehr entsteht das Vergnügen aus dem Erkennen der Figurenemotion im Kontext. Zu diesem Kontext gehört das Wissensgefälle zwischen Leser und Figur, also Kenntnisse, die der Leser hat, die Figur jedoch nicht“ (ebenda, S. 274). Damit verbindet Tan evolutionspsychologische mit kognitionspsychologischen Überlegungen, da sich kognitive Einschätzungen mit dem Erkennen und dem Nachvollzug von universellen Emotionen mischen. Auch Smith (2009) verbindet evolutionspsychologische Überlegungen mit Kontextwissen der RezipientInnen und geht davon aus, „dass die grundlegenden Gesichtsausdrücke eine wesentliche Rolle spielen für unsere anfängliche Orientierung in einer Situation; sie bilden die Basis, von der aus wir dann unser Kontextwissen anwenden“ (ebenda, S. 300). Damit werden evolutionspsychologische Theorien (universelle Gesichtsausdrücke) mit kognitionspsychologischen Überlegungen (Kontextwissen, Einschätzungen der Situation) für medienvermittelte Situationen miteinander kombiniert. Frijda und Tcherkassof (1997) bzw. Frijda (1986) gehen auch bei der Interpretation von Mimik davon aus, dass sie die Art und Weise repräsentieren, wie das Individuum im Moment zur Umgebung in Beziehung steht. Diese Bereitschaft bzw. Tendenz zum Handeln der Umwelt gegenüber werden „states of action readiness“, also „Handlungstendenzen“ (siehe Kapitel „Nico H. Frijda“) genannt (Frijda et al., 1997, S. 87), die wiederum mit den Grundemotionen in Beziehung gesetzt werden können. Auch unterstreichen Frijda et al. die Einbettung der Mimik in den Verhaltenskontext, womit vor allem Gestik bzw. Körperhaltung bzw. Körpersprache gemeint sind. Fridlund (1997, S. 103) betont mit seiner “Behavioral Ecology View” den funktionalen, evolutionären Aspekt der Mimik; geht also auch von der evolutionären Perspektive aus und zeigt, dass mimische Reaktionen u.a. auf physisch nicht anwesende Personen bzw. gedachte Personen hin gezeigt werden können. Der Mimik werden verschiedene soziale Funktionen zugeordnet: Beeinflussung des Verhaltens anderer Menschen bzw. Steuerung sozialer Interaktion bzw. von Beziehungen (Frijda et al., 1997). Auch Provine (1997) geht von der evolutionär wichtigen Möglichkeit der Beeinflussung anderer (u.a. im Gruppenverhalten) aus. Die Mimik hat demnach Einfluss auf das soziale Verhalten, das sich wiederum auf evolutionäre Prozesse auswirkt. Konkret untersuchte

Provine u.a. „ansteckendes“ Gähnen und Lachen, die als sozial funktional aufgefasst werden (Interaktion und Gruppenzugehörigkeit). Geschlechtsspezifische Unterschiede werden im Sinne der evolutionären Psychologie auf unterschiedliche adaptive Probleme und damit notwendige Lösungsstrategien zurückgeführt (Buss, 2004, 1992). Empirische Studien zeigen geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich des mimischen Ausdrucks (vgl. Mayr, 2005): Frauen drücken ihre Gefühle stärker aus als Männer, vor allem mit dem Gesicht (Miller, 1976; Hess 2001a, 2001b), können den mimischen Ausdruck von anderen besser den richtigen Emotionen zuordnen (Niedenthal, Halberstadt, Margolin & Innes-Ker, 2000; Campbell, Elgar, Kuntsi, Akers, Terstegge, Coleman & Skuse, 2002) und ahmen die Mimik anderer stärker nach, besonders bei dargestellter Freude (Lundqvist, 1993). Männer verstecken und kontrollieren den Ausdruck ihrer Gefühle mehr als Frauen (Buck, Miller & Caul, 1974), nicht allerdings was die Emotion Ärger betrifft, welche Männer öfter als Frauen ausdrücken (Geary, 1998). Frauen sind auch häufiger traurig als Männer und beschäftigen sich in interpersoneller Kommunikation mit ihren Problemen (Geary, 1998). Sozialisationstheorien relativieren allerdings die Annahmen der evolutionspsychologischen Emotionsforschung. Stereotype Erwartungshaltungen der Eltern können als frühkindliche Sozialisationsfaktoren angesehen werden, die die Kinder in ihren geschlechtsstereotypen Rollen bestärken (Birnbaum, 1983), bzw. die Meinung der Eltern über Geschlechterrollen fließen in die Erziehung der Kinder ein, was sich wiederum darin äußert, dass Mädchen mehr über Gefühle sprechen und diese auch mehr ausdrücken als Buben (Hess, Senécal, Kirouac, Herrera, Philippot & Kleck, 2000).

Fernández-Dols & Ruiz-Belda (1997) untersuchten spontane, emotionale Reaktionen (Sportler bei Siegerrehrungen und Fußballfans), um ein differenzierteres Bild des mimischen Ausdrucks zu erstellen. Damit sollten die komplexen Verläufe des Ausdrucks in realen Situationen den im Labor stereotypen, posierten mimischen Mustern gegenübergestellt werden. So wird u.a. der Ausdruck der Grundemotion Freude dadurch differenzierter erfasst. Differenzierungen ergeben sich auch durch die Unterscheidung in interaktive bzw. soziale und nicht-soziale Situationen. Nur in sozialen, interaktiven Situationen zeigen die Versuchspersonen die stereotypen Gesichtsausdrücke. Auch für Russel (1997) ist der Kontext des mimischen Kontextes wesentlich und unterscheidet in „the expresser’s context“ und in „the observer’s context“. Spontane, real auftretende Gesichtsausdrücke sind kontextabhängiger als Laborsituationen, bei denen meistens Fotos als Reiz dargeboten werden. Daher müssen auch Interpretationsprozesse der BeobachterInnen berücksichtig werden, was wiederum auf die sinnvolle Verbindung von evolutionstheoretischen mit kognitionspsychologischen Interpretationen hinweist und auch durch die Argumentation von Fernández-Dols und Carroll

(1997) unterstützt wird. Dabei wird der Kontext als gleichwertige Informationsquelle zum Gesichtsausdruck beim Dekodieren der Emotionen anderer Personen diagnostiziert, was zur Kritik am „Facial Expression Program“ führte, welches die Kontextbedingungen eben nicht einbezog. Auch Chovil (1997) betont die kommunikative Natur der Mimik als Aspekt des sozialen Verhaltens und sieht den Gesichtsausdruck mehr als Signal für andere Personen und weniger als Ausdruck eines inneren emotionalen Zustandes. Bavelas und Chovil (1997) gehen noch einen Schritt weiter und betonen den Signalcharakter des mimischen Ausdrucks, der im Kontext der Gesamtkommunikation mit anderen gesehen werden muss und der im Sekundentakt mit dem Sprechakt abgestimmt wird, um so ein Teil der Botschaft an einen möglichen Empfänger wird.

Damit werden die oben erwähnten Annahmen bezüglich der Rezeptionssituation unterstützt: Nur im Rahmen von situativen (filmisch, dramaturgisch-inhaltlichen) Kontextinformationen kann die Wahrnehmung der Mimik der SchauspielerInnen richtig interpretiert werden und zur intendierten emotionalen Reaktion beitragen. Die einfache, mimische Nachahmung und Rückwirkung auf die wahrgenommenen Emotionen spielt maximal eine untergeordnete Rolle.

3.2.6 Dispositionstheorie

Bei der von Zillmann (1996a, 2005, 2006b) entwickelten „Affective-Disposition-Theory“ oder „Theory of Dispositional Alignments“ geht es um das Rezeptionserleben während der Mediennutzung (Raney, 2003; Bryant & Miron, 2002). Die Affective-Dispositions-Theorie sieht die Medienrezeption als Prozess, bei dem die Handlungen der Medienpersonen beobachtet und bewertet werden. Aufgrund der Bewertungen entwickeln die RezipientInnen bestimmte Emotionen: „Witnessed behavior, as can be seen, is assessed in moral terms (i.e., good vs. bad, to varying degrees), and such assessment is expected to determine emotional dispositions“ (Zillmann, 2006b, S. 230). Die Beobachtung der Handlungen anderer führt zu einer moralischen Beurteilung dieser Handlungen bzw. der Medienakteure. Je nach positiver oder negativer Beurteilung entwickeln die RezipientInnen positive oder negative Affekte den ProtagonistInnen gegenüber. Im Verlauf der Narration hoffen die RezipientInnen auf positive oder negative Ereignisse, je nach der moralischen Beurteilung der ProtagonistInnen bzw. befürchten negative Ereignisse bei positiver Bewertung und positive Ereignisse bei negativer moralischer Bewertung für die jeweiligen DarstellerInnen. „Emotional dispositions, once firmly established, are thought to foster anticipatory emotions“ (ebenda, 2006b. S. 230). Bei positiver moralischer Bewertung kommt es zu Empathie mit den DarstellerInnen bzw. mit deren Gefühlen. Bei negativer Bewertung der handelnden Person kommt es zu gegenteiligen Gefühlen („counterempathic emotional reactions“) (Zillmann, 2005,

S. 173). Die Unterhaltung basiert auf den Hoffnungen und Ängsten bzw. aus der daraus resultierenden Spannung rund um die dargestellten Personen. Das „Spiel der Emotionen“ funktioniert besonders gut bei polarisierenden Filmfiguren und kann selbst bei aggressiven Inhalten zu moralisch positiv bewerteten und damit zu positiven Emotionen führen: „If our emotions are sufficiently engaged, we shall applaud the cruelest destruction of evil characters without having moral misgivings about it. We could, after all, morally sanction the brutality involved“ (ebenda, S. 177). Zillmann beschreibt die emotionalen Reaktionen als Funktion des Involvements, das u.a. wiederum auf der polarisierenden Positionierung der Protagonisten und Antagonisten beruht. Je klarer die Figuren polarisieren und je dramatischer die Filmhandlung ist, desto positiver wird die Auflösung empfunden: „In emotional terms, resolution provide at the very last relief from empathic distress“ (ebenda, 2005, S. 175). Das Ende der Geschichten bedeutet die positive Auflösung des empathischen Spannungszustandes und wird wiederum einer moralischen Beurteilung unterzogen, die sich ihrerseits auf die Emotionen auswirkt. Das bedeutet, dass Zillmann von interindividuellen Unterschieden hinsichtlich der moralischen Bewertungen ausgeht, die sich nicht nur von den medial vermittelten Situationen ableiten lassen und insofern einen Bezug zur realen Lebenswelt der RezipientInnen herstellen: „If moral judgment is thus conceived of as a not entirely systematic evaluation of situational behavior, that is, as verdicts of good versus bad or right versus wrong in idiosyncratic terms, we must expect profound individual differences in moral assessments” (Zillmann, 2006b, S. 234). Zillmann verweist in diesem Zusammenhang auf unterschiedliche moralische Bewertungen in verschiedenen Subkulturen (hinsichtlich z.B. Themen wie die Todesstrafe, Sexualmoral, Umweltschutz, Patriotismus oder soziale Gerechtigkeit), geht aber auch von einem generellen Gerechtigkeitssinn aus, der in vielen Filmen angesprochen wird:

> Perhaps the overarching theme of enjoyable fictional exposition is conveyed in the projection of social justice in the sense that gratifications have to be earned by all our fellow humans just as we by our own efforts have to earn them – and that none of our fellow humans be exempt from the punitive contingencies that govern our own lives. Violations of this conception of justice will strike us as repugnant whereas exposition within these principles will delight us. (Zillmann, 2005, S. 176)

Damit stellt Zillmann eine Verbindung zwischen kognitiven (moralischen) Bewertungen und Empathie bzw. der Richtung der medieninduzierten Emotionen her. Weiters verbindet Zillmann die fiktionale Ebene mit der realen Lebenswelt der RezipientInnen inklusive der damit verbundenen moralischen Bewertungen. Zillmann betont

weiters, dass die affektive Disposition durch extreme Charakterisierungen und Gegensätze der Protagonisten bzw. Antagonisten gesteigert werden kann. Die Dispositions-Theorie kann allgemein auf mediale Unterhaltung und im Speziellen auf Unterhaltung durch Humor, Drama und Sport ausgeweitet werden und wird durch eine Vielzahl von empirischen Studien unterstützt (Raney, 2006; Steinhilper, 2006). Für die vorliegende Arbeit ist vor allem der Bezug der medial ausgelösten Emotionen zu den moralischen Bewertungen interessant, da so eine Brücke zwischen der emotionalen Reaktion und zu dem (lebensweltlichen) Relevanzsystem bzw. Wertesystem der RezipientInnen hergestellt wird:

> Moral monitoring is thought to foster approval or disapproval of the actions of the characters of plays and thereby yield feelings of sympathy toward the well-behaved protagonists and antipathy toward the ill-behaved antagonists. Within this good-versus-evil dichotomy, the strength of these affective dispositions is expected to determine the depth of empathy or counter-empathy, of the anticipatory emotions of hope or fear, and of joyous emotions as hoped for outcomes materialize versus distressing emotions as feard outcomes do. Throughout the display of relevant actions, the depth of the recipients' emotional reactions is cleary a function of the magnitude of dispositional involvement. (Zillmann, 2006b, S. 235)

Zillmann (1994, 1996) verbindet in der integrativen „Affective Disposition Theory of Drama" die Dispositionstheorie mit Überlegungen zur „parasozialen Interaktion" (siehe Kapitel „Parasoziale Interaktion") und weitet so seine Theorie auf nicht-fiktionale Inhalte aus. Grundsätzlich argumentiert Zillmann, dass die beiden Konzepte in Kombination zur Erklärung der Spannung („suspence") von audiovisuellen Produkten beitragen können. Als aktuelles Beispiel können Formel 1 Fahrer dienen und die mit ihnen verbundenen Hoffnungen und Ängste in Abhängigkeit von positiver oder negativer parasozialer Beziehung bzw. affektiver Disposition (Hartmann, Stuke & Daschmann, 2008).

3.2.7 Theorie des Erregungstransfers

Die ebenfalls von Zillmann (1983, 1996b, 2005, 2006b) entwickelte „Excitation-Transfer-Theorie" beschäftigt sich mit den Emotionen während und am Ende der Rezeptionssituation. Die Theorie geht davon aus, dass die physiologische Erregung, die während z.B. einer spannenden Filmszene aufgebaut wurde, über einen längeren Zeitraum hinweg abgebaut wird: „It is established beyond doubt that excitation, once triggered, decays rather slowly. For all practical purposes, it takes at least three minutes,

often ten or more minutes, on occasion hours for excitation to return to normal levels" (Zillmann, 2006b, S. 222). Da in den meisten Filmen, aber auch anderen medial vermittelten Geschichten es zu einer „compression of events" (ebenda, S. 221) kommt, unterliegen die medial vermittelten Emotionen einer anderen Dynamik bzw. gegenseitigen Beeinflussung als jene Emotionen, die in realen Situationen ausgelöst werden. Die Emotionen interagieren in der Rezeptionssituation so stärker miteinander und Zillmann geht vor allem von kumulativen Wirkungen auf die Erregung aus. Beispielsweise wird bei der positiven Auflösung einer dramatischen Filmhandlung die davor aufgebaute Erregung (Spannung) auf die Emotion der Erleichterung (positiv interpretiertes Ende) übertragen und verstärkt dadurch diese positive Emotion. Je stärker die belastende (spannende) Emotion während des Films war, umso positiver wird das Ende empfunden (Bryant & Miron, 2002, 2003; Vorderer, 2004). „Mostly for physical reasons and also as a result of reflection, emotions are not momentary experiences, but cinematic narrative treats them as if they were" (Zillmann, 2005, S. 164). Kognitive Aktivität reicht dabei für Zillmann nicht aus, die emotionalen Reaktionen des Publikums zu beschreiben. Bei der Entwicklung einer Drei-Komponenten-Theorie bezieht sich Zillmann auf Zwei-Komponenten-Theorien der Emotionen (Hebb, 1955; Schachter, 1964), bei dem die (körperliche) Erregung neben der kognitiven Komponente als zweite der beiden Hauptkomponenten der Emotionen angenommen wird. Zillmann (2005, S. 165; 2006b, S. 222) beschreibt die drei Komponenten „dispositional" (Disposition), „excitatory" (Erregung) und „experiential" (Erleben), wobei die beiden erstgenannten Komponenten Reflexe und gelernte Reaktionen (behavioristische Elemente) beinhalten und die dritte Komponente die Kognitionen zur Verhaltenssteuerung und -kontrolle (kognitives Element). Grundsätzlich kann es durch die Überlagerung von unterschiedlichen Emotionen zu unangemessenen Reaktionen bzw. Überreaktionen auf neue Situationen kommen, da die (emotionale) Erregung Sekunden, Minuten oder sogar Stunden brauchen kann, um wieder abgebaut zu werden. Eine neue Erregung kann damit auf einer anderen, noch vorhandenen Erregung aufbauen bzw. diese weiter steigern. Unterschiedliche Emotionen können so miteinander interagieren. Vor allem in Rezeptionssituationen werden häufig rasch unterschiedliche Emotionen ausgelöst, ohne dass genügend Zeit verstreicht, dass die einzelnen Emotionen für sich wirken oder abgebaut werden können, bis die nächste emotionsauslösende Szene beginnt. Es kommt also häufig zu einer Vermischung bzw. Überlappung von emotionalen Zuständen. Laut Zillmann kann die physiologische Erregung nicht so rasch abgebaut werden, wie kognitive Neubewertungen durch sich rasch ändernde Handlungsverläufe. Zillmann sieht diesen kumulativen Effekt in der emotionalen Aufladung der RezipientInnen als Erklärungsmöglichkeit

für das Phänomen des dramaturgischen Spannungsaufbaus („suspense“) durch sich immer weiter steigernde emotionale Erregungszustände:

> Excitation in response to particular stimuli, then, is bound to enter into subsequent experiences. In case of contiguously placed discrete emotions, residual excitation from the first thus will intensify the immediately subsequent emotion, regardless of difference in kind. Moreover, depending on the strength of the initial excitatory reaction and the time separation of emotions elicited at later times, residual excitation may intensify experiences further down the line. This is the principle of excitation transfer. (Zillmann, 2005, S. 165)

Zillmann bezieht in seine Argumentation empirischen Arbeiten mit ein, bei welchen gezeigt wird, dass sich verschiedene Emotionen auf sehr unterschiedliche spätere Emotionen auswirken können. So kann sich sexuelle Erregung intensivierend auf Ärger oder aggressives Verhalten, aber auch auf altruistische Gefühle und unterstützende Handlungen auswirken. „In summary, then, residual excitation from essentially any excited emotional reaction is capable of intensifying any other emotional reaction. The degree of identification depends, of course, on the magnitude of residues prevailing at the time“ (Zillmann, 2006b, S. 223). Auch Unz et al. (2002) interpretieren Ergebnisse im Rahmen von Untersuchungen der emotionalen Reaktionen von SchülerInnen auf unterschiedliche Gewaltdarstellungen in Fernsehnachrichten im Sinne der „Excitation-Transfer-Theorie“. Demnach lösen gewalthaltige Beiträge, die nach anderen auch gewalthaltigen Nachrichten rezipiert werden, stärkere emotionale Reaktionen aus, als wenn sie nach neutralen Beiträgen gereiht wurden.

Kritisiert wird an der „Excitation-Transfer-Theorie“ vor allem die grundlegende Annahme, dass Emotionen auf physiologischer Erregung aufbauen. Wirth, Schramm & Böcking (2006, S. 228) fassen die Kritik zusammen und betonen, „dass Emotionen auch weitgehend ohne physiologische Erregung und sogar ohne die subjektive Überzeugung, erregt zu sein, entstehen können.“ Damit kann die „Excitation-Transfer-Theorie“ nur kurzfristige und kumulierende Erregungszustände in der Medienrezeption erklären, und kaum Emotionsqualitäten wie es die Appraisal-Theorien durch differenzierte Bewertungen von Situationen und Objekten bzw. Personen erlauben. Kritisiert wird weiters die Annahme einer gleichartigen reduzierenden oder steigernden Wirkung von positiven oder negativen Emotionen und der damit in Verbindung stehenden akkumulierenden Wirkung sowie die Vermengung von Erregungsstärke und Affektintensität (Lindner-Braun, 2007, S. 289f.). In Summe wird der „Drei-Komponente-Theorie“ von Zillmann bzw. der „Excitation-Transfer-Theorie“ daher nur eine begrenzte Reichweite attestiert.

3.2.8 Zusammenfassung und Implikationen

Aus dem Bereich der Gewaltwirkungsforschung sind für die vorliegende Arbeit vor allem jene Erkenntnisse interessant, die mit emotionalen Aspekten des Kommunikationsprozesses in Verbindung stehen. Dies sind vor allem Forschungsbefunde zu generalisierter Angst der VielseherInnen. Allgemein können die Ergebnisse der Kultivierungsforschung gut mit den Appraisal-Theorien in Einklang gebracht werden. Im Sinn der kognitiven Emotionstheorien kann beispielsweise die generalisierte Angst der VielseherInnen dahingehend interpretiert werden, dass sich häufiger Konsum von Mediengewalt, aber auch von anderen potenziell Angst auslösenden Ereignissen auf die (langfristigen) Bewertungen der realen Lebensumstände und damit auch auf die emotionalen Dispositionen auswirken. Die von den Medien beeinflusste Bewertung der realen Welt beeinflusst demnach auch die Interpretation von realen Lebenssituationen und den damit verbundenen, emotionalen Reaktionen. Es lässt sich weiters eine Verbindung zwischen der Lebenswelt und den gesuchten Medieninhalten der VielseherInnen im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung herstellen. VielseherInnen leben z.B. häufig in sozial benachteiligten Wohngegenden, was sich auf die Herausbildung von bestimmten handlungsleitenden Themen auswirken kann. Die VielseherInnen gehen aus ihrem Lebenszusammenhang heraus thematisch voreingenommen an die Medien heran, was die Medienaneignung und inhaltlich orientierte Selektionsprozesse beeinflusst. So können die empirisch erfassten typischen Attribute der VielseherInnen (z.B. Unzufriedenheit mit dem eigenen Leben, negativ antizipierte Lebensmöglichkeiten, wahrgenommene Bedrohung durch andere in der Entfaltung eigener Potenziale, soziale Benachteiligung) und die symbolische Bearbeitung von eigenen Ängsten, Wünschen, Hoffnungen und (bisher) unerreichten Zielen in den Medien auf die damit in Zusammenhang stehenden Lebensthemen bezogen werden. Gewaltdarstellungen dienen Jugendlichen oft nur als ein symbolisches Material, um Selbstbewusstsein und Ich-Stärke zu evozieren bzw. symbolische Kontrollerfahrungen zu erleben. Erfahrungen lebensweltlicher Fremdbestimmtheit werden durch die medial vermittelten Kontrastprogramme kompensiert. Dabei spielt die Ähnlichkeit zwischen den medienvermittelten und den realen Situationen, das Ausmaß der Identifikationsmöglichkeiten und des Realismus der Gewaltdarstellungen eine Rolle. Für die Bewertung filmischer Gewalt werden also die (fiktionalen) situativen Faktoren durch lebensweltliche Bezüge interpretiert. Elemente der Realexistenz wie soziale Normen oder Realerfahrungen werden Teile der medial vermittelten Emotionen. Obwohl sich die Gewaltwirkungsforschung auf die Auswirkungen des Medienkonsums auf das Verhalten konzentriert, weisen die differenzierten Wirkfaktoren darauf hin, dass die Gewaltaspekte im Medienangebot für bestimmte Subpublika besonders relevant und emotionsauslösend wirken können.

Gewaltdarstellungen werden demnach von bestimmten Publika besonders genützt und stellen nur für diese bestimmten Subpopulationen bzw. „Problemgruppen“ ein erhöhtes Risiko dar. Für die vorliegende Arbeit könnte man folgern, dass Gewalt und die damit verbundenen Themen wie Macht und Ohnmacht oder relative Deprivation in Verbindung zu den handlungsleitenden Themen dieser RezipientInnengruppen stehen (siehe vor allem die Ausführungen zum „Robespierre-Affekt“). Zu den Wirkfaktoren zählen aber auch dramaturgisch-inhaltliche Elemente der Medienreize, die sich im Sinne der kognitiven Emotionstheorien auf verschiedene Einschätzungsdimensionen beziehen und sich damit auf die emotionalen Reaktionen auswirken können. Beispiele hierfür sind die Darstellung von Belohnung oder fehlende Bestrafung von Gewalt oder von gerechtfertigter Gewalt ohne negative Konsequenzen.

Mit dem Begriff der „Kultivierung von Emotionen“ sind weniger inhaltsbezogene Beeinflussungen auf das emotionale Erleben gemeint, sondern langfristige Auswirkungen durch die Gewöhnung an eine oberflächliche Verarbeitung, die ihrerseits durch die formalen Angebotsweisen des Fernsehens ausgelöst wird. Die Habitualisierung an die kurzfristig und rasch wechselnden Darstellungen von emotional aufgeladenen Mediensituationen kann demnach das Empathievermögen in der realen Welt negativ beeinflussen. Der hohe Darbietungstakt der Medien verunmöglicht eine adäquate emotionale Reaktion und führt zur Vermischung und Überlappung (Konfudierung) unterschiedlicher Emotionen. Ein emotionalisierendes Medium wie das Fernsehen stellt demnach ein Hindernis zur sachlichen Informationsverarbeitung dar. Die rasche Abfolge von heterogenen Informationen führt zu emotional undifferenzierten Erinnerungen, die kognitive und fundiertere Bewertungen des Rezipierten überdecken. Im Sinne der kognitiven Emotionstheorien kann man annehmen, dass sich oberflächliche Bewertungen auch auf die emotionalen Reaktionen auswirken, und zwar auf Medien- wie auf Realsituationen. Eine oberflächliche Bewertung sollte eher zu polarisierenden, emotionalen Reaktionen führen. Weniger differenzierte Bewertungen müssten theoretisch zu weniger differenzierten Emotionen führen. Stereotype emotionale Reaktionen auf (vermeintlich) stereotype Situationen sollten daher eher zu typischen Reaktionen in Richtung der Grundemotionen führen und nicht zu differenzierten Mischemotionen.

Grundsätzlich werden psychophysiologische Studien in Kombination mit diversen Forschungsansätzen angewendet. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Medien auch starke Emotionen auslösen können, dass für die Analyse der Qualität der Emotionen und der ihnen zugrundeliegenden Bewertungen aber andere, u.a. qualitativ orientierte, Forschungsmethoden angewendet werden müssen. Die Qualität der Emotionen kann nur durch eine Methodenkombination u.a. mit Befragung, Gruppendiskussionen oder anderen Methoden wie „lautes Denken“ erfasst werden. Wesentlich ist, dass nur

die Intensität der Emotionen mit psychophysiologischen Methoden gut gemessen werden kann, die Bewertungen, die zu differenzierten Emotionen führen, aber nicht.

Weniger prominent in der Medienforschung sind die Arbeiten zur emotionalen Ansteckung, die in Summe auch nur einen geringen Beitrag zur Erklärung des emotionalen Erlebens der RezipientInnen beitragen können. Ohne inhaltlich-dramaturgische Kontextinformationen werden Emotionen kaum in die intendierte Richtung vom Publikum übernommen. Auch diese Ergebnisse lassen sich mit Appraisal-Theorien gut erklären, da bei reiner Imitation die kognitive Bewertung wegfällt und differenzierte Emotionsausprägungen nicht möglich sind.

Die „Affective Disposition Theory“ bringt implizit kognitionspsychologische Bewertungen in die Rezeptionsforschung ein. Das Verhalten von Medienpersonen wird vom Publikum beobachtet und im Rahmen der eigenen Wertvorstellungen bewertet, was wiederum zu bestimmten Emotionen führt, die ihrerseits den dramaturgischen Spannungsaufbau ermöglichen bzw. verstärken. Abgesehen von einem allgemeinen Gerechtigkeitssinn, stellen unterschiedliche (moralische) Bewertungssysteme von verschiedenen Subkulturen eine theoretische Verbindung sowohl zu den kognitiven Emotionstheorien als auch zu den Alltagserfahrungen der RezipientInnen her.

Die ebenfalls von Zillmann formulierte „Excitation-Transfer-Theorie“ geht, ähnlich wie die Arbeiten zur „fehlenden Halbsekunde“ und zur „Kultivierung von Emotionen“ von einer „compression of events“ in audiovisuellen Produkten aus, die rascher als die emotionalen Verarbeitungsprozesse ablaufen und dadurch im Endeffekt die verschiedenen Emotionen durch kumulative Verstärkungen beeinflussen können. Die Theorie des Erregungstransfers weist aber auch darauf hin, dass Emotionen von vorherigen Emotionen beeinflusst werden können, was den direkten Zusammenhang zwischen Bewertungen und emotionalen Reaktionen relativiert.

3.3 Emotionen der RezipientInnen als Mechanismus der Selektion von Medieninhalten

In dieser Forschungsperspektive werden Emotionen als unabhängige Variable für die Medienzuwendung verstanden. Die RezipientInnen begeben sich demnach auf die Suche nach TV-Sendungen in Abhängigkeit zu den antizipierten Emotionen. Bestimmte Fernsehinhalte können allgemein aktivieren („sensation seeking“) oder spezifischere Emotionen auslösen (Mood-Mangement, Unterhaltung). Diese Blickrichtung geht nicht davon aus, dass Emotionen im Kommunikationsprozess „übertragen“ werden, „sondern dass Kommunikations- bzw. Medienangebote als Anlässe zur Ausprägung von Emotionen bzw. als Auslöser emotionalen Geschehens“ (Schmidt, 2005, S. 25) von den KommunikationspartnerInnen bzw. RezipientInnen genutzt werden kön-

nen. Die RezipientInnen nutzen die Inhalte aufgrund der (emotionalen) Wirkungen bzw. der damit verbundenen Gratifikationen. Im Vergleich zu den Wirkungsstudien liegen diesbezüglich verhältnismäßig wenige Arbeiten vor. Für die vorliegende Arbeit ist diese Blickrichtung auf den Kommunikationsprozess zentral. Daher sollen die Arbeiten zur Angstbewältigung, zum Mood-Management und zum Unterhaltungserleben, sowie zur parasozialen Interaktion näher dargestellt und auf Übereinstimmungen mit den kognitiven Emotionstheorien und der strukturanalytischen Rezeptionsforschung durchleuchtet werden.

3.3.1 Angstbewältigung

Vitouch (2007) kritisiert die Kausalitätsinterpretation der Kultivierungsforschung und beschreibt im Gegensatz zur Vorstellung einer linearen Wirkung mit dem „Interaktivem Kompensations- und Verstärkungsmodell“ (Vitouch, 2007, S. 173ff.) einen zyklischen Zusammenhang zwischen Medien und RezipientInnen: Im Sinne des „uses and effects approaches“ (Verbindung von Nutzen und Wirkung) werden die Konzepte „Kontrollüberzeugung“ („locus of control“, Rotter, 1975, 1982), „Gelernte Hilflosigkeit“ (Seligman, 1979) und „Entfremdung“ (Seeman, 1961) mit der Mediennutzung und den Medienwirkungen in ein interaktives Modell integriert. Der Stimulus-Response-Denkrichtung der Wirkungsforschung wird demnach die RezipientInnenperspektive gegenübergestellt und die abhängigen mit den unabhängigen Variablen getauscht:

> Es wird nicht von beobachteten Programmpräferenzen der Rezipienten auf ein Bedürfnis geschlossen, das ihnen dann unterschoben wird, sondern es wird von beobachtbaren Einstellungen und Verhaltensweisen ausgegangen, die auf bestimmte Defizite und Bedürfnisse schließen lassen. Diese Defizite äußern sich in einer beobachtbaren – vorhersagbaren Kriterien gehorchenden – Programmauswahl der Rezipienten. (Vitouch, 2007, S. 174)

So führt zum Beispiel ein höheres Angstniveau zu höherem Fernsehkonsum, was auf Kosten von realen Erfahrungen geht (die ev. nicht Angst verstärkend wären). Die Nutzung von TV-Inhalten zur defensiven Angstabwehr kann in diesem Sinne wiederum das allgemeine Angstniveau heben. „Die psychische Ausgangslage des Individuums (bestimmt durch Sozialisation, gesellschaftliche Verhältnisse und Position, möglicherweise Disposition) ist verantwortlich für den Einstieg in den interaktiven Prozeß einer zirkulären, kompensatorischen, verstärkenden Medienwelt“ (Vitouch, 2007, S. 181). Sozialisation mit häufig erlebtem Kontrollverlust und Hilflosigkeitserfahrungen kann zu defensiven Angstbewältigungsstrategien führen, was sich wiederum auf die Medienselektion auswirken kann: Dabei werden „Represser“ (Byrne, 1964) mit eska-

pistischen Tendenzen zu Unterhaltungsangeboten, als Kompensation für ihre (verzerrte) Wahrnehmung bzw. Einschätzung der gefährlichen (ängstigenden) Umwelt, in Verbindung gebracht. Bei der Zuwendung zu Medieninhalten werden Gefahren- und Angstreize eher unterdrückt, was auch zur Vermeidung von (bedrohlichen) Nachrichten führen kann. Fiktionale, spannende Unterhaltungsangebote werden dann aufgesucht, wenn sie tendenziell den stereotypen Erwartungen der „Represser“ entsprechen. Die „Sensibilisierer“ oder „Sensitizer“ hingegen suchen nach Gefahren- und Angstreizen, die aber auch „auf einem geringen Integrationsniveau verarbeitet werden“ (Vitouch, 2007, S. 180). So wird beispielsweise bei starker wahrgenommener Kontrolle am Arbeitsplatz bei der Medienselektion nach Verhaltens- und Erlebensalternativen gesucht, die den Kontrollverlust am Arbeitsplatz durch Vorhersagbarkeit und Kontrollierbarkeit kompensieren (stereotype dramaturgische Struktur und Inhalte der Medieninhalte). Als Beispiele zur Kompensation von real erlebtem Kontrollverlust bzw. von Hilflosigkeitsgefühlen und mangelnden Kompetenzen von sozial benachteiligten Schichten sieht Vitouch (ebenda, S. 114) stereotype Filme wie „Rambo“ oder „Terminator“. RezipientInnen mit externer Kontrollüberzeugung oder gelernter Hilflosigkeit bevorzugen eher stereotype Medieninhalte. Ängstliche Menschen ziehen einen Nutzen aus der Rezeption von angsterregenden Medieninhalten. Die Medienrezeption kann man als eine vorsichtige Bewältigungsstrategie interpretieren, sich versuchsweise und in einer kontrollierten Form an die Angstreize anzunähern, allerdings kann Kontrollverlust im Sinne von stellvertretenden Erfahrungen durch die Medienerfahrung wiederum verstärkt werden (Angst auslösende Nachrichten oder Gewaltfilme). Damit geht Vitouch (2007) auf der Basis von kognitiven Lerntheorien von erlernten, kognitiven Faktoren aus, die sich auf die Programmselektion auswirken. Von diesen Beobachtungen und von der Wissenskluftthypothese ausgehend, entwickelt Vitouch die „emotional gap hypothese“, bei der emotionale Dispositionen mit dem Mediennutzungsverhalten in Zusammenhang gebracht werden. „The crucial factor of emotional disposition has been totally neglected so far“ (Vitouch, 1997, S. 123). RezipientInnen mit adäquaten Angstbewältigungsstilen können hingegen mit anspruchsvoller und differenzierter medial vermittelter Information umgehen. Die TV-Inhalte sind demnach nicht unmittelbarer Verursacher des Angstniveaus bzw. der Angstverarbeitungsstile, „sondern nur beschleunigende Transportmittel“ (Vitouch, 2007, S. 181). Die unterschiedlichen Coping- und Attributionsstile werden damit zu Prädiktoren der Programmselektion. Vitouch (ebenda) folgert: „daß die psychisch Stabilen in ihrer Persönlichkeit eher gefestigt und besser informiert, die psychisch Labilen immer instabiler, ängstlicher und von differenzierter Information abgekoppelt werden“.

Für die vorliegende Arbeit ist die Verbindung zwischen den generalisierten Bewertungen von Situationen (Coping- und Attributionsstile) für die Entwicklung von Angst hervorzuheben. Die kognitiven Beurteilungen führen zu bestimmten (generalisierten) Emotionen, die wiederum das Medienverhalten beeinflussen. Weiters ist die Verbindung zwischen Alltagserfahrungen der RezipientInnen mit der Medienselektion wesentlich: Die „Sensitizer“ setzen sich Angst evozierenden Medieninhalten im Gegensatz zu den „Represser“ eher aus – unter anderem zur Bewältigung von Angstzuständen aus der Realwelt. Dass das erhöhte Angstniveau nicht auf die Medienerfahrung, sondern auf lebensweltlichen Realerfahrungen beruhen kann, zeigt Vitouch & Kernbeiß (1998) am Beispiel von Kindern mit Todeserfahrung in der Familie.

Auch andere AutorInnen finden ähnliche Zusammenhänge: Grimm (1999) findet in einer Studie zur Mediengewalt (siehe Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“) ebenfalls Korrelationen zwischen hohen Angstwerten und einer Vorliebe für TV-Gewalt. Diese Tendenz war vor allem bei RezipientInnen mit hoher Erlebnissuche (siehe Kapitel „Sensation Seeking“) und geringer Empathiefähigkeit zu beobachten. Dieser Zusammenhang war besonders bei Jugendlichen stark, wo auch die Grundängstlichkeit erhöht war. Medien können demnach zum „Angstmanagement“ benutzt werden. Kunczik & Zipfel (2006) geben einen Überblick über weitere Studien, die belegen, dass auch bei Kindern die „Identifikation mit dem guten, erfolgreichen Helden eines violenten Films, der alle Gefahren überwindet und über das Böse triumphiert, einen Beitrag zur Angstbewältigung und zur Steigerung des Selbstbewusstseins leisten kann“ (ebenda, S. 73. Zur positiven Verarbeitung der Ängste – vor allem bei Kindern – sind aber nur Inhalte geeignet, bei denen das Gute über das Böse siegt. In diesem Zusammenhang kann auf das Phänomen der „Angstlust“ verwiesen werden, das laut Balint (2000) darin besteht, sich willentlich einer realen äußeren Gefahr auszusetzen und die damit verbundene Angst zu beherrschen. Im Sinne der Medienrezeption kann man Angstlust dahingehend interpretieren, dass verschiedene Genres mit vorhersagbaren Gefahren verbunden sind und dass das Publikum lustvoll, aus der medienvermittelten Distanz heraus, sich mit sonst aversiven Emotionen auseinandersetzen kann (Kunczik et al., 2006).

3.3.2 Stimmungsmanagement

Die „Mood-Management“-Theorie“ oder „Stimmungsregulationstheorie“ (Wünsch, 2002) von Zillmann (1988a; 1988b; 2000) baut auf der „Selective-Exposure“-Theorie auf (Bryant & Miron, 2002) und postuliert, dass Individuen ihre Umweltstimuli arrangieren, um negative Stimmungen zu reduzieren und positive zu verstärken bzw. mit Hilfe positiver Reize negative Stimmungen durch positive zu verdrängen. „The core

prediction of mood management theory claims that individuals seek out media content that they expect to improve their mood“ (Knoblock-Westerwick, 2006, S. 240). Zillmann definiert vier Dimensionen der Medieninhalte, die sich, abhängig von der real vorhandenen Stimmung bei den RezipientInnen, auf das Selektionsverhalten auswirken (1988b, vgl. Knobloch-Westerwick, 2006, S. 240f.): „Excitatory potential“ (Erregung beeinflussbar durch formale Mittel wie Musik oder Schnitt und durch den Inhalt wie Gewalt oder Sex), „absorption potential“ (starkes Involvement unterbricht negative Stimmungen), „semantic affinity“ (semantische Affinität, Bezüge oder Übereinstimmungen zwischen der Medien- und der Realsituation) und „hedonic valence“ (hedonistische Valenz bzw. positive, stimmungsaufhellende Stimulation). Die semantische Affinität kann auch zu eskapistischem (Katz & Foulkes, 1962) Selektionsverhalten der Rezipienten führen, wenn die Medieninhalte eine zu große Ähnlichkeit mit als negativ erlebten Realsituationen aufweisen. Im Sinne der Mood-Management-Theorie werden demnach Stimmungen intentional durch gezielte Selektionsmechanismen reguliert. Zillmann (1988a) beschäftigt sich vor allem mit Unterhaltungsangeboten (von Fiktion über Sport bis zu Musikprogrammen). Die Basis der Theorie ist die Vorstellung vom Menschen als hedonistisches Wesen, das seinen Stimmungszustand optimieren will: Die Umwelt, also auch die Medien werden so gestaltet, dass positive Stimmungen aufrechterhalten oder intensiviert und negative Stimmungen dagegen vermieden oder reduziert werden. Zillmann (2004, S. 121) spricht in diesem Zusammenhang von „emotionaler Selbstmedikation“. RezipientInnen wenden sich jenen Medieninhalten zu, mit denen sie in der Vergangenheit positive Erfahrungen machten bzw. die eine positive Wirkung auf die Stimmungen hatten. Dadurch wird häufig auf die gleichen oder ähnlichen Medieninhalte zugegriffen. Hinsichtlich der Erfahrungen mit bestimmten Medieninhalten bezieht sich Zillmann (2001) auf operantes bzw. instrumentelles Lernen. Je nach den wahrgenommenen Auswirkungen auf die Stimmungen werden diese Inhalte wieder aufgesucht oder vermieden. Damit argumentiert Zillmann lerntheoretisch: Die Belohnung (die wieder gesucht wird) ist die positive Stimmung, die Bestrafung (die nicht mehr gesucht wird) ist die negative Stimmung, die während aber auch nach der aktiv gesuchten Rezeptionssituation nachwirkt. Zillmann beschreibt aber nicht nur positive oder negative Stimmungen, sondern sieht Medienselektion als generelles Instrument zur Stimmungsregulation in unterschiedliche Richtungen: Gelangweilte Personen suchen aufregende Medieninhalte (unabhängig vom Genre) oder gestresste Personen suchen eher beruhigende Medieninhalte (ebenfalls unabhängig vom Genre) (Bryant & Zillmann, 1984). Ängstliche Personen vermeiden Medieninhalte, die Opferrollen im Vordergrund haben und suchen eher Inhalte bei denen die Gerechtigkeit siegt (Wakshlag, Vial & Tamborini, 1983; Zillmann & Wakshlag, 1985). Komödien werden an

Tagen mit realen Konflikten bevorzugt und an konfliktfreien Tagen eher Nachrichten (Anderson, Collins, Schmitt & Jacobvitz, 1996). Manche Personen profitieren emotional besonders von ablenkenden, absorbierenden bzw. eskapistischen Unterhaltungsangeboten, wenn sie negative Stimmungen überwinden wollen (Zillmann & Bryant, 1985).

Im Widerspruch dazu kann aber gezeigt werden, dass Medien nicht immer zum Ausgleich oder Abbau von negativen Stimmungen benützt werden. O'Neal und Taylor (1989) berichten beispielsweise davon, dass ärgerliche Männer, die glauben sich an ihren Peiniger im realen Leben rächen zu können, eher aggressive Medieninhalte aufsuchen und nicht – im Sinne der Mood-Management-Theorie – die negative Stimmung mit positiven und unterhaltenden Medieninhalten zu verbessern versuchen. Dies kann dahingehend interpretiert werden, dass eine möglicherweise nützliche Emotion in der Realwelt durch das Medienverhalten aufrechterhalten werden kann (Bryant & Miron, 2002).

Zillmann geht weiters davon aus, dass Emotionen nicht stundenlang aufrechterhalten werden können und folgert, dass die Herstellung „emotionaler Achterbahnfahrten" eines der primären Ziele der Unterhaltungsindustrie ist. „Häufig erzeugen sie dabei Affektstärken, die der Angst gegenüber wirklichen persönlichen Herausforderungen oder dem Hochgefühl nach deren Bewältigung nahe kommen und sogar gleichkommen." (Zillmann, 2004, S. 120, z.B. Grimm, 1997; Janschek, Vitouch & Tinchon, 1997; Zuckerman, 1996).

> Demnach scheint es das Auf und Ab von intensivem affektivem Erleben zu sein, das ein gutes, möglicherweise optimales Unterhaltungsangebot ausmacht. Gut unterhalten zu werden, sollte bedeuten, in einen andauernden höchst angenehmen Stimmungszustand versetzt zu werden. Die Erzeugung solcher Stimmungen könnte tatsächlich als das vorrangige Ziel der Unterhaltung angesehen werden. Es besteht jedoch kein Widerspruch in der Behauptung, dass diese erwünschte andauernde Hochstimmung besonders gut erreichbar ist mittels der schon erwähnten dramatischen Achterbahnfahrt durch einerseits unangenehme, anderseits angenehme Emotionen größter Intensität. (Zillmann, 2004, S. 121)

Zillmann bringt das Mood-Management damit mit dramaturgischen, unterhaltenden Elementen in Verbindung, die abhängig von eigenen Bewertungen funktionieren und durch unterschiedliche Perspektivenübernahmen instrumentell zur Stimmungs-Verbesserung eingesetzt werden. Demnach braucht gutes Drama Konflikte zwischen Protagonisten und Antagonisten und die moralische Bewertung der Ereignisse bzw. der Vorgehensweisen der beteiligten Rollen durch das Publikum. Auf Basis der Bewer-

tung der Charaktere entstehen so die Emotionen (Bryant & Miron, 2002). Das Publikum sucht sich die Inhalte und die Identifikationsmöglichkeiten bzw. Perspektiven aus um das persönliche Vergnügen zu maximieren (Zillmann, 1991, 1998).

Einerseits wird die Mood-Management-Theorie von anderen Autoren unterstützt (Oliver, 2003; Schramm, 2005), allerdings gibt es wesentliche Kritikpunkte durch differenzierte Ergebnisse (Schramm & Wirth, 2006), die sich darauf beziehen, dass durch die Medienrezeption nicht immer eine Stimmungsverbesserung angestrebt wird (Oliver, 1993; Schramm, 2005; Schubert, 1996), dass Fernsehen auch mit einer Verschlechterung der Stimmungen einhergehen kann (Schmitz & Lewandrowski, 1993; Donsbach & Tasche, 1999) und dass Stimmungsverbesserungen auch von spezifischen Persönlichkeitsmerkmalen wie Extraversion und Neurotizismus abhängen (Schramm, 2005; Wünsch, 2001). Knobloch-Westerwick (2006) weist darauf hin, dass geschlechtsspezifische Differenzen bestehen und dass Frauen generell eher den Vorhersagen des Mood-Managements entsprechen, im Gegensatz zu Männern, die bei negativer Stimmung nicht immer positive Medieninhalte präferieren. Mangold, Unz & Winterhoff-Spurk (2001) fügen hinzu, dass sich RezipientInnen bei negativen Affektzuständen nicht unbedingt von einem Film abwenden um, positive Stimmungen aufrechtzuerhalten (z.B. bei Horrorfilmen). Schramm et al. (2004) betonen zudem, dass zwischen der Regulation von Stimmungen und Emotionen unterschieden werden muss. Kritisiert wird die Vorstellung der unbewussten Regulation von Stimmungen. Vor allem intensivere Emotionen gelangen in das Bewusstsein und sollten in Folge auch bewusst reguliert werden können (Lambie & Marcel, 2002; Oehman, 1999). Außerdem würden nicht nur präkommunikative Stimmungen und Emotionen durch die Selektion und Rezeption von Medienangeboten reguliert, sondern auch die in der Medienrezeption auftretenden Stimmungen und Emotionen. Negative Emotionen werden dann aber nicht nur durch Selektionsprozesse vor der Rezeption, sondern auch durch kognitive Prozesse während der Rezeption reguliert. So können RezipientInnen beispielsweise während der Rezeption von Horrorfilmen ihre Angst regulieren, indem sie sich bewusst machen, dass es sich nur um einen Film handelt. Schramm et al. (2006) fordern daher eine Erweiterung des Mood-Management-Konzepts von der präkommunikativen auf die kommunikative und post-kommunikative Phase. Wünsch (2002, S. 174) schlägt ebenfalls eine Erweiterung des Konzepts vor, die sich aber auf die Rezeptionssituation des Fernsehens an sich bezieht und davon ausgeht, „dass nicht Medieninhalte selektiv in Abhängigkeit von Stimmung und Konditionierung ausgewählt werden, sondern das Medium bzw. die Tätigkeit Fernsehen an sich.“ Wirth & Schramm (2006, S. 63f.) kritisieren an der Mood-Management-Theorie vor allem die Hedonismusthese, also „dass der Mensch ein hedonistisches Wesen ist, das unangenehme Stimulationen und Stim-

mungen minimieren bzw. vermeiden und angenehme Stimulationen und Stimmungen maximieren bzw. stützen will“ und folgern, „dass die MMT [Mood-Management-Theorie] nur einen Teil der SR [Stimmungsregulierung] durch die Medien erklären kann – und zwar, weil sie von vereinfachenden Prämissen über das menschliche Wesen sowie von spezifischen und damit ebenfalls vereinfachten Regulationsverhaltensweisen ausgeht; außerdem lässt sie situative und personenspezifische bzw. intra- und interindividuelle Faktoren außer Acht“ (Wirth et al., 2006, S. 60). Die Idee vom „Stimmungsmanagement“ ist wahrscheinlich zu eng gefasst, da durch das Fernsehen allgemein affektive Phänomene beeinflusst und gesteuert werden:

> Fernsehen hat also einen erheblichen Einfluß auf die Stimmungen, Gefühle und Affekte der Zuschauer. Diese wissen und nutzen das aktiv zum Management ihrer Stimmungen und Gefühle und, in gewissem Maße, auch ihrer Affekte. Inzwischen ist Fernsehen sogar in erster Linie ein emotionales Erleben geworden, das insbesondere den jüngeren Zuschauern vor allem Spaß, Spannung und Entspannung vermitteln soll. (Winterhoff-Spurk, 2005, S. 139)

Grimm (1999, S. 334) entwickelt auf Basis seiner umfassenden Studie zur Fernsehgewalt (siehe Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“) zwei Varianten des „TV-Gefühlsmanagements“, die von emotionalen Dispositionen für die Programmselektion ausgehen. Eine emotionale Disposition führt entweder zur „analogisch-konfrontierenden“ oder zur „kontrastiv-kompensierenden“ Nutzungsart bzw. Programmbindung. Ziel der RezipientInnen ist die unmittelbare emotionale Erleichterung. Bei analogisch-konfrontierender Nutzung besteht zwischen emotionaler Disposition und Medieninhalt grundlegend Übereinstimmung. Die RezipientInnen setzen sich demnach mit ihrer Emotion (z.B. Angst) auseinander: „Postulatmäßig provozieren analogisch-konfrontierende Fernsehnutzung mit der Aktivierung von Emotionen und assoziierten Einstellungen eine Kontrollarbeit, die zu einer Abschwächung der emotionalen Disposition führen kann, allerdings nicht führen muß“ (ebenda, S. 335). Die Zuführung zu so aversiven Reizen kann nach Grimm die Widerstandskräfte mobilisieren. Bei kontrastiv-kompensatorischer Fernsehnutzung wird die Emotionsmäßigung nicht durch gleichgerichtete, sondern durch „entgegengesetzte Information erstrebt, die unerwünschte Emotionen unterbrechen, vermeiden und/oder blockieren soll. So können beispielsweise violente Dispositionen durch die Nutzung nichtviolenter Darstellungsinhalte (oder Ängstlichkeit durch die Nutzung angstarmer Inhalte) konterkariert werden“ (ebenda). Dabei geht es nicht um eine eskapistische, alltagsferne Medienwelt, sondern „um eine Veränderung der kognitiven und emotionalen Relevanzen, die sich für das Individuum als belastend bzw. desorientierend erwiesen haben“ (ebenda).

Für die vorliegende Arbeit wäre eine Erweiterung des Mood-Managements vor allem in Richtung des Emotionsbegriffs hilfreich, da bei einer Beschränkung auf Stimmungs-Regulation die Facetten der emotionalen, rezeptionsbegleitenden Reaktionen des Publikums unberücksichtigt bleiben würden. Auch könnten kompensatorische Funktionen der Medienzuwendung wie – in Anlehnung an die Emotionstheorie von Frijda – das stellvertretende Ausleben von Handlungstendenzen in symbolisch relevanten Situationen – nicht berücksichtigt werden. Gerade für die Mediennutzung von jungen Zielgruppen scheint es aber wichtig, diese im Alltag geregelten Emotionsäußerungen mit dem fiktionalen Ausleben in Verbindung zu bringen. Im realen Leben werden Verhaltenstendenzen oft nicht ausgelebt, ganz im Gegensatz zur Möglichkeit der stellvertretenden Auslebung im sanktionsfreien „medialen“ Raum. Die soziale Kontrolle ist reduziert, bzw. können Werte und Normen an die individuelle Sicht der RezipientInnen angepasst, bzw. uminterpretiert werden. Daher sollte im Sinne der vorliegenden Arbeit eher von einem Emotions-Management und weniger von einem Stimmungs-Management gesprochen werden, das von der präkommunikativen auf die kommunikative Phase ausgeweitet werden könnte.

3.3.3 Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie

Früh (2002, 2003b, 2006) kombiniert in der „triadisch-dynamischen Unterhaltungstheorie“ eine Rahmentheorie der Unterhaltung mit hohem Abstraktionsniveau mit partikulären Theorien im Sinne eines Modulsystems auf niedrigerem Abstraktionsniveau (Früh, 2003a). „Triadisch“ bezieht sich auf die Grundkonstellation zwischen den Hauptdimensionen Person, Medium und Situation. „Dynamisch“ bezieht sich auf die Annahme, dass „Unterhaltung im Rahmen eines dynamischen, transaktional integrierten Informationsverarbeitungsprozesses entsteht. Die Hauptdimensionen des Prozesses sind hier Mikro- und Makrostrukturen, die sich analytisch in kognitive und affektive Prozesse untergliedern lassen“ (ebenda, S. 18). Der Informationsprozess Unterhaltung wird prinzipiell als „emotionsähnliche Empfindung“ wahrgenommen (ebenda). Unterhaltung entsteht durch bestimmte Ausprägungen und einem charakteristischen Zusammenspiel verschiedener Modellkomponenten wie Handlungszielen, Gratifikationen oder Streben nach einem angenehmen Erleben. Grundsätzlich wird von einer großen Anzahl potenziell möglicher Unterhaltungsinhalte ausgegangen, die durch eine theoretisch offene Kombination von partikulären Theorien bezüglich Person, Medium oder Situation Erklärungsansätze liefern können.

Die Basisannahmen der triadisch-dynamischen Unterhaltungstheorie sind (ebenda, 2003a, S. 21):

- Unterhaltung ist ein positives, kognitiv-affektives Erleben mit emotionsähnlichem Charakter
- Unterhaltung ist selbstbestimmt (kann also nicht gefordert oder erzwungen werden oder als notwendige Pflichtroutine erscheinen)
- Unterhaltung ist ein differentes Erleben eigenständiger Art (unterscheidet sich also von der Summe positiver Emotionen oder spezifischer Emotionen wie Spaß und Freude etc.)
- Unterhaltung entsteht in einer interdependenten Konstellation dreier Hauptfaktoren: Stimulus, Person, Situation/Kontext
- Medienvermittelte Unterhaltung entsteht dynamisch durch informationsverarbeitende und kommentierende Aktivitäten im Verlaufe eines Kommunikationsprozesses einschließlich prä- und postkommunikativer Phase

Die statischen Hauptfaktoren Person, Medium und Situation/Kontext sind beim Unterhaltungserleben durch das so genannte „triadische Fitting“ (ebenda, S. 21) verbunden. Die Hauptfaktoren des dynamischen Unterhaltungsprozesses sind:

- Informationsverarbeitung mit Mirko- und Makroebene
- Integrierte kognitive und affektive Informationsverarbeitung
- Kontrollprozesse
- Kommentierungen
- Intensive und periphere Informationsverarbeitung
- Internale und externale Stimulation

Zu den Zielvariablen der Unterhaltung zählen „positive Emotionen, Souveränität/Kontrolle und diverse evaluative Spezifikationen (gemäß den zu Grunde liegenden Wahrnehmungen)“ (ebenda, S. 22). Die Attraktivität von unterhaltenden Medieninhalten für die RezipientInnen erklärt Früh (2002, S. 88ff.) durch motivationale Faktoren wie die „Regulation des Energiebudgets“, „Streben nach angenehmen Erleben“ und „Arrangement/Optimierung verschiedener externer und/oder interner Anforderungen bzw. Denk-, Erlebens- und Handlungszielen“ (Früh, 2003a, S. 24). Die Regulation des Energiebudgets betrifft das Aktivationsniveau und die gesuchte Abwechslung. Aktivierungszustände auf hohem und niedrigem Niveau wechseln einander ab, um von Seiten der RezipientInnen Monotonie zu vermeiden. Das Streben nach einem angenehmen Erleben bezieht sich auf die weiteren Unterkategorien: Abwechslung, Souveränität/Selbstbestimmung und Kontrolle. Früh geht davon aus, dass es prinzipiell für das menschliche Bewusstsein angenehmer ist, sich mit etwas zu beschäftigen. Das Beschäftigen mit Neuem wird einer Nicht-Beschäftigung vorgezogen. Das Handlungsziel

„Abwechslung“ kann mit Neugier-, Explorations- und Manipulationsmotiven begründet werden (Früh, 2003b, S. 31). Souveränität bzw. Selbstbestimmung wird ebenfalls mit positiven Emotionen in Zusammenhang gebracht und neben dem angenehmen Erleben als Grundbedingung von Unterhaltung betrachtet. „Es ist immer angenehm, souverän entscheiden zu können“ (ebenda). Die „Souveränität/Kontrolle“ hat „quasi als >Katalysator< die Funktion, den unterhaltungstypischen Interpretationsmodus zu erzeugen“ (Früh, 2006, S. 40). Diese Entscheidungsfreiheit kann auf die (oberflächliche) Programmwahl (und Ausstieg) und auf die (differenzierte) inhaltsbezogene Medienzuwendung hinsichtlich virtueller Rollen, Tabubrüche, ethische Standards etc. bezogen werden. Früh erwähnt in diesem Zusammenhang auch die Freiheit, sich mit „trivialsten und lächerlichsten Angeboten“ zu beschäftigen (Früh, 2003b, S. 32). Früh attestiert dem Faktor „Kontrolle“, dem „psychischen Mechanismus zur Umweltkontrolle“ einen besonders hohen Stellenwert zur Entstehung von Unterhaltung, den Früh mit evolutionstheoretischen Annahmen begründet. Die Entdeckung, das Verstehen und die Bewertung wie Reaktion auf Umweltveränderungen ist phylogenetische, überlebensnotwendige Strategie. „Eine erfolgreiche Kontrolle wird als Kompetenz positiv erlebt“ (ebenda, S. 33). Diese Kontrollfunktion wird im Rahmen der triadisch-dynamischen Unterhaltungstheorie auch auf internale Kontrolle ausgedehnt. Der Kontroll- und Kompetenzbegriff kann somit auf die Person-Umwelt-Beziehung angewendet werden, aber auch auf internale Prozesse wie Kontrolle eigener Gedanken, Gefühle oder Handlungen (aktive internale Kontrolle) oder diese zu verstehen (passive internale Kontrolle). Diese Identitätskontrolle oder -findung wird im Sinne einer positiven „Identitätsarbeit“ als positiv empfunden. Risikoarmer, medial vermittelter, kontrollierter Kontrollverlust und medial vermittelte Wiedererlangung der Kontrolle kann zum phylogenetischen Kompetenzmotiv beitragen bzw. dieses befriedigen.

Früh unterscheidet zwischen den Ebenen der realen Lebenswelt und der „begrenzten und disponiblen Lebensweltepisode“ der Medienwelt („Vordergrund-/Hintergrundrelation der beiden Ebenen“) (ebenda). Das Konzept des Involvements wird ebenso in das Unterhaltungsmodell bzw. als Faktor des emotionalen (Medien-) Erlebens eingegliedert:

> Am Intensivsten ist das Unterhaltungsangebot dann, wenn erstens die Beschäftigung mit dem Gegenstand durch Aufmerksamkeit und Involvement sehr stark in den Vordergrund und komplementär dazu das Bewusstsein der Vermitteltheit stark in den Hintergrund rückt, und wenn zweitens ein möglichst hoher Kontrollverlust auf der Ebene der geschützten Lebensweltepisode (des „Unterhaltungsspiels“) riskiert und im Vollzug wiedergewonnen wird. Dies wird als Kompetenzbestätigung bzw. Kompetenzgewinn positiv erlebt. (ebenda, S. 34)

Demnach können alle Emotionen, also auch negative Emotionen, innerhalb des Unterhaltungserlebens wahrgenommen werden bzw. diesem zuträglich sein. Grundsätzlich können natürlich negative medienevozierte Emotionen auch zu Vermeidungsverhalten führen (Fahr & Böcking, 2005). Mit dem Arrangement bzw. der Optimierung verschiedener externer und/oder interner Anforderungen bzw. Denk-, Erlebens- und Handlungsziele geht Früh von einem dritten generellen Handlungsziel aus. Dieses allgemeine Optimierungsstreben kann in zwei weitere Optimierungsstrategien, in die motivierte und habituelle Unterhaltungsrezeption, unterschieden werden. Bei motivierter Unterhaltungsrezeption werden die unterschiedlichen Handlungsziele nach Wert, Umfang und Wahrscheinlichkeit gewichtet und nach dem Kosten-Nutzen-Prinzip optimiert. Bei habitualisierter Unterhaltungsrezeption wird im Rahmen der jeweiligen Situation und aus subjektiver Sicht optimiert bzw. die RezipientInnen passen sich dem Medienangebot an und folgen ev. den dominanten Handlungszielen. Wenn allerdings widersprüchliche oder den eigenen Bedürfnissen widersprechende Emotionen auftreten (z.B. Langeweile), können die RezipientInnen zur motivierten Rezeption übergehen und im Sinne wieder vordergründig eigendefinierter Handlungszielen vorgehen. Die Verzögerung, bis von habitualisierter auf motivierte Rezeption „umgeschaltet“ wird, basiert auf „kognitiver“ oder „affektiver Trägheit“ (ebenda, S. 37). In der präkommunikativen Phase können auf Grund von Erwartungen an das Programm „hypothetische Vorentwürfe“ entstehen, die auf Basis von Trailern, Programmzeitschriften, Programmstrukturen bzw. von Stereotypen, Schemata, Images bzw. Genreerwartungen gebildet werden. Bei dieser „Zweckdienlichkeitskontrolle“ können „Vor-Emotionen“ (z.B. Vorfreude) entstehen. Die kontinuierliche Überprüfung der Personen-, Medien- und Situationsfaktoren nennt Früh „Fitting-Control“ (ebenda, S. 40). Zweckdienlichkeits- und Fittingkontrolle sind permanente (Bewertungs-) Faktoren des Rezeptionsprozesses. Die Medienangebote an sich sind keine Unterhaltung, „sondern stellen nur Unterhaltungspotenziale dar“ (ebenda, S. 52). Erst im Zusammenspiel von Medienangebot mit Personenmerkmalen und Kontextfaktoren (situativ und gesellschaftlich-kulturell) ergeben sich passende Konstellationen, die den Medienkonsum erst zu einem Unterhaltungserleben manchen („triadisches Fitting“). Innerhalb des „dynamischen Zweiebenenmodells der Unterhaltungsrezeption“ (ebenda, S. 41) kann in die Makroemotion (Unterhaltung) und in die Mikroebene unterschieden werden. Dabei können auf der Mikroebene potenziell alle Arten von Emotionen vorkommen, die dann in die Makroebene transformiert werden.

Für die vorliegende Arbeit sollen jene Überlegungen von Früh hervorgehoben werden, die Verbindungen zwischen der kognitiven und affektiven Interpretation auf der

Mikroebene (inhaltsbezogen, Szenen etc.) und einer möglichen Identitätsarbeit nahelegen: „Diese Bewertungen, Strukturierungen und Inferenzen können sich entweder direkt auf den Gegenstand des Fernsehbeitrags beziehen oder aber auf Ziele, die außerhalb der Sendung, z.B. in der eigenen Person liegen“ (ebenda, S. 43). Damit sind u.a. Aspekte der „Identitätsarbeit“ (soziale Vergleiche, moralische Bewertungen, Bestätigung eigener Wertprinzipien, Genugtuung, Selbstbestätigung etc.) gemeint. Schemer (2006) betont z.B. soziale Vergleiche mit Akteuren in Medienprodukten als Nutzungsmotiv, vor allem in Unterhaltungsangeboten, die Authentizität und Alltagsnähe repräsentieren.

Als theoretische Basis der triadisch-dynamischen Unterhaltungstheorie erwähnt Früh, neben dem dynamisch-transaktionalen Ansatz, sprachpsychologische Befunde, Informationsverarbeitungsmodelle und mit dem Stimulus-Evaluation-Check-Modell von Scherer auch eine kognitive Emotionstheorie. Scheres Theorie wird von Früh (2003b, S. 38) vor allem hinsichtlich der „Zweckdienlichkeitskontrolle“ des Medienangebots (im Rahmen der eigenen Relevanz- und Zielstrukturen) für Unterhaltung verwendet, aber auch für die Bewertung der inhaltlichen Elemente bzw. deren Konsistenz (u.a. hinsichtlich der Unterscheidung in Unterhaltung und Informationserwartung).

Für Früh ist Unterhaltung allgemein ein „kognitiv-affektives Erleben“ bzw. ein „eigenständiges Phänomen“ (Früh, 2003b, S. 28) bzw. „also in der Regel weder eine einzelne, lustvoll erlebte Wahrnehmungsepisode, sondern eine vergleichsweise dauerhafte, durch kognitive Verarbeitung integrierte Folge unterhaltungstauglicher Wahrnehmungen, die durch Rezeption, Erinnerung und/oder Elaboration entstanden“ ist. Zusätzlich spricht Früh bezüglich der postkommunikativen Phase, ähnlich wie Zillmann im Rahmen des „Mood-Managements“ und des „Excitation-Transfers“, von „diffusen Hintergrundemotionen“ bzw. „Stimmungen“, die nach der Rezeptionssituation andauern können.

Gehrau (2003) verbindet die triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie mit dynamisch-transaktionalen Modellen und betont die gegenseitige Beziehung von medieninduzierter Erregung und inhaltsgesteuerter Bewertung, die zu den spezifischen Medienemotionen führt. „Insofern können Fernsehangebote über die ständige Transaktion zwischen medieninduzierter Erregung und inhaltsgesteuerter Bewertung kontinuierlich Emotionen erzeugen, und zwar unterschiedliche, je nach Person und aktuellem Fernsehangebot“ (ebenda, S. 64). Damit sind nicht nur jene Bewertungsschritte gemeint, die im Sinne der Appraisal-Theorien zu Emotionen führen, sondern auch Bewertungen nach medieninduzierten Erregungen, die mit der Zwei-Stufen-Theorie der Emotionen erklärt werden können (u.a. Schachter & Singer, 1962). Auf kognitiver Ebene kommt es auch zu Transaktionen zwischen Wahrnehmungsmustern und individuellem Wissen. In

Summe können damit negative medieninduzierte Emotionen zu positiven Unterhaltungs-Emotionen transformiert werden. Gehrau (2006) wendet beispielsweise die triadisch-dynamisch Unterhaltungstheorie auf die „Basisgenres“ Komödie, Drama und Thriller an und findet geschlechtsspezifische Präferenzen für Dramen und Thriller, die er mit „positiven emotionalen Grundtönungen“ (ebenda, S. 43) der Genres in Verbindung bringt. Damit sind die Metaemotionen gemeint, die geschlechtsspezifisch selektiert werden. Frauen präferieren melodramatische und traurige Angebote, während Männer Programme mit Action- und Gewaltaspekten bevorzugen. Männer präferieren Unterhaltungsangebote mit männlichen Darstellern und gewalthaltigen Konflikten und Frauen weibliche Darstellerinnen mit Beziehungsthemen. Dieses „gender gap“ kann durch geschlechtsspezifische Sozialisation erklärt werden (Oliver, 2000). Die Basisgenres können demnach mit den dominierenden Emotionen Trauer (Drama) und Angst (Thriller) assoziiert werden, die auf einer übergeordneten Metaebene als Unterhaltung wahrgenommen werden.

Wesentlich dabei ist weiters, dass es sich in der Rezeptionssituation um vermittelte Emotionen handelt, und die RezipientInnen nicht tatsächlich bedroht sind (und dies auch wissen) bzw. die Distanziertheit aus der Rezeptionssituation eine Kommentierung zulässt (Gehrau, 2003). Brosius (2003) wendet Frühs Unterhaltungstheorie z.B. auf Informationssendungen bzw. auf Infotainment an. Damit wird verdeutlicht, dass intentionales Informationsangebot unterhalten und intentionales Unterhaltungsprogramm auch informieren kann. Das Erleben beim Publikum wird dadurch theoretisch von dem Medienangebot entkoppelt. Die Metaemotion Unterhaltung kann demnach auch von Informationsangeboten evoziert werden (Wirth, Schramm & Gehrau, 2006).
Für die vorliegende Arbeit ist weiters die Unterscheidung in „normale“ und „als ob“-Emotionen wesentlich (Früh, 2003a, S. 20; siehe Kapitel „Besonderheiten medieninduzierter Emotionen“). Dabei bezieht sich Früh auf die oben beschriebene Unterscheidung der Emotionsentstehung auf einer Makro- und auf einer Mikroebene. Die Makroebene betrifft die generell als angenehm empfundene Emotion Unterhaltung, die als Hinwendungsgrund von Früh postuliert wird. Auf der inhaltsbezogenen Ebene (Szenen, Handlung) entstehen „kalte“ „als ob“-Emotionen, die durch bewusste oder unbewusste Interventionen wie Kommentierungen durch die RezipientInnen relativiert werden können.

3.3.4 Sensationslust

Das Konzept des „Sensation Seekings“ (Zuckerman, 1979, 1988, 1996) geht von keinen konkreten Stimmungen oder Emotionen aus, die durch den Medienkonsum gesucht werden. Mit der Persönlichkeitsvariable „Sensationslust“ ist ein individuell un-

terschiedliches Bedürfnis nach Aktivierung gemeint, das die Person durch Zuwendung zu neuen Reizen auf ein angestrebtes Niveau anheben oder absenken kann. „Sensation seekers“ sind demnach ständig auf der Suche nach aktivierenden Reizen, die unter anderem durch Medien angeboten werden. Tendenziell zählen junge Männer zu den Sensation-Seekers; ganz im Kontrast zu älteren Frauen. Zu den möglichen gesuchten Reizen subsummiert Zuckerman (1996) neue, intensive Reize, die generell mit einem erhöhten Risiko verbunden sind. Die unterschiedlichen Aktivierungsniveaus werden in Abhängigkeit von der Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals tendenziell gesucht oder vermieden. Auf die Medien bezogen bedeutet das, dass unterschiedliche Genres unterschiedliche Aktivierungsniveaus für die RezipientInnen bedeuten. Beispielsweise bieten Naturfilme im Gegensatz zu Action- oder Gewaltfilmen eine geringe Aktivierung. Besonders hohe Aktivierung bedeuten u.a. nicht-fiktionale Sendungen wie Sport und Nachrichten. „High sensation seekers“ rezipieren mehr Action-, Horror- oder Pornofilme (Donohew, Finn & Christ, 1988). In Film und Fernsehen werden überproportional risiko- und „action“-reiche Inhalte angeboten, was den „Sensation-Seekern“ entgegenkommt. Einerseits sind es die formalen Angebotsmuster, die aktivierend wahrgenommen werden, anderseits werden auf der Inhaltsebene in gewissen Genres häufig Extremsituationen dargestellt.

In einer Überblicksarbeit findet Gleich (1998) widersprüchliche und kaum generalisierbare Befunde und in einer eigenen Studie ortet Gleich (ebenda) unterschiedliche Nutzungsmotive und Inhalte in Abhängigkeit zur individuellen Variable Sensationslust. Gleich diagnostiziert bei Sensation-Seekers ein grundlegendes Bedürfnis nach Anregung und Spannung, das in die Präferenz für Action-, Horror-, Sport-, Musik- und Erotikprogramme mündet. Allerdings suchen Sensation-Seekers auch mehr Anregung in Aktivitäten abseits der Mediennutzung. Mediales Sensation-Seeking kann demnach als ergänzende Aktivität zu anregenden Unternehmungen im realen Leben gesehen werden. Grimm (1999, S. 329) folgert aus den eigenen empirischen Arbeiten zur Fernsehgewaltnutzung (siehe Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“): „Überraschenderweise ist Erlebnissuche mit der allgemeinen Fernsehnutzung eher negativ denn positiv verknüpft. Menschen mit einem hohen Bedarf nach starken Reizen sind dem Fernsehen tendenziell weniger zugetan als solche mit mittlerer oder geringerer Erlebnissucheneigung“. Gleich folgert weiter, dass Fernsehen eher für jene Menschen besonders attraktiv ist, die sich im realen Leben nicht einem erhöhten Risiko aussetzen wollen: „Dies schließt freilich nicht aus, daß Fernsehen Funktionserwartungen der Erlebnissuche bedient. Vermutlich trifft dies aber primär auf solche Individuen zu, die Erlebnissuche im wirklichen Leben aufgrund der damit verbundenen Gefährdungen aus dem Weg gehen wollen und daher das Fernsehen als eine ‚ungefährliche‘ Möglichkeit zur Ge-

fühlsanregung präferieren“ (Grimm, 1999, S. 329). Grimm stellt auch einen Zusammenhang zu Empathie her, da die Fernsehnutzung eine stellvertretende, risikolose Form des Erlebens ermöglicht und so eine Nutzungsperspektive für „empathetisch sensible“ RezipientInnen bietet. Höhere Angstwerte korrelieren mit TV-Unterhaltungszuwendung und negativ mit TV-Informationszuwendung. Grimm verweist in diesem Zusammenhang auf TV als „Instrument der Angstbewältigung“ und verweist damit auf Vitouch (1993).

Diese Zusammenhänge deuten darauf hin, dass das Sensation-Seeking-Konzept differenziert zu sehen ist und nicht als eindimensionaler Zusammenhang zwischen Persönlichkeitsvariable und Nutzungsmuster. Kunczik & Zipfel (2006, S. 68) beziehen das Sensation-Seeking-Konzept auf gewalthaltige Medieninhalte und kommen in einer Überblicksarbeit zu unterschiedlichen Studien zum Sensation-Seeking zu der Auffassung, dass „der aktuelle Forschungsstand noch keine zuverlässigen Aussagen über die Beziehung zwischen Mediengewaltkonsum und Sensation-Seeking“ zulässt.

3.3.5 Parasoziale Interaktion

Der Begriff „parasocial interaction“ wurde von Horton & Wohl (1956, 1986) zur Beschreibung der sozialen Interaktion zwischen RezipientInnen und medienvermittelten Personen eingeführt. Die zugrundeliegende Idee ist, dass soziale und damit auch emotionale Bedürfnisse der RezipientInnen bis zu einem gewissen Ausmaß von Medienpersonen befriedigt werden können. Soziale Motive wie sozialer Vergleich, soziale Nützlichkeit und soziale Beziehungen könne damit (emotionale) Basis von TV-Zuwendung sein. „Die kognitive, affektive und konative Auseinandersetzung mit den Personae während der Rezeption dürfte daher auch der wichtigste Grund für die Zuwendung zu Unterhaltungsangeboten sein“ (Schramm, 2006, S. 164). Im Sinne des Uses-and-Gratifications-Approach sind parasoziale Beziehungen bzw. Interaktionen ein wesentlicher Grund für die Programmselektion (Klimmt, Hartmann & Schramm, 2006, vgl. auch Barthelmes & Sander, 2001, im Kontext der strukturanalytischen Rezeptionsforschung oder Götz, 2003, im Kontext der Social Studies hinsichtlich der Aneignung von Daily Soaps von Kindern und Jugendlichen oder Früh, 2006, im Rahmen der Unterhaltungsforschung). Parasoziale Interaktion ist aber nicht auf primär unterhaltende Medieninhalte begrenzt. SchauspielerInnen, ModeratorInnen und andere TV-Persönlichkeiten werden sozial wahrgenommen und bewertet. „Durch die regelmäßige Rezeption entsprechender Sendungen kann eine einseitige emotionale Beziehung entstehen“ (Leffelsend, Mauch & Hannover, 2004, S. 56). Dabei können parasoziale Beziehungen bei z.B. einsamen oder schüchternen RezipientInnen als Ersatz oder bei

anderen RezipientInnen als Ergänzung zu realen, sozialen Beziehungen angesehen werden (Bente & Vorderer, 1997).

Die parasoziale Interaktion unterscheidet sich von der realen, face-to-face Interaktion durch die fehlende Reziprozität bzw. die Reaktion zweiter Ordnung bzw. handelt es sind um asymmetrische Interaktionsformen ohne Rückkanal (Schramm, 2006). „Parasocial interactions are created by inner participation, they are imaginative and take place in the mind of the viewers" (Gleich, 1997. S. 36). Nach anfänglich fehlender Konzeptualisierung und daher fehlender klarer Operationalisierung des Begriffs der parasozialen Interaktion wurde die „Parasocial Interaction Scale", einem 20-Punkte-Fragebogen, entwickelt (Rubin, Perse & Powell, 1985). Gleich (1997, S. 38) fasst die wichtigsten Übereinstimmungen der Studien zusammen, die mit der „Parasocial Interaction Scale" in den USA durchgeführt wurden: Parasoziale Interaktion bezüglich NachrichtensprecherInnen korrelierte unter anderem mit „emotional involvement", „postviewing discussion and cognition", „social attraction of the TV person", „media dependency", „similarity between self and TV person" und „intimacy evoking communication of the performer". Eine deutsche Version der „Parasocial Interaction Scale" (PSI-scale) wurde auf Nachrichten- und auf UnterhaltungsmoderatorInnen im deutschen Fernsehen angewendet (ebenda). Dabei wurde kein Unterschied in der Höhe der PSI-scale bei Nachrichten- und UnterhaltungsmoderatorInnen festgestellt. Frauen zeigten eine stärkere Bewertung von den Gedanken, Emotionen und Einstellungen der TV-Personen im Vergleich zu Männern. Ältere RezipientInnen zeigten eine höhere Tendenz zu parasozialer Bindung zu den TV-Personen, nahmen sie stärker als Freunde und als angenehme persönliche Begleitung durch das Programm wahr als jüngere RezipientInnen. Die TV-Personen wurden von älteren Personen auch stärker vermisst als von Jüngeren. Parasoziale Interaktion korrelierte weiters mit der Gesamt-TV-Nutzungszeit. RezipientInnen, die alleine vor dem TV-Gerät saßen, erzielten ebenfalls höhere Gesamt-Scores. So nutzen z.B. Menschen über 65 Jahre, die tendenziell über weniger soziale Kontakte verfügen das TV-Angebot mehr als jüngere RezipientInnen (Darschin & Gerhard, 2002).

> The results show that parasocial interaction with TV persons does exist in one way or another and that the TV persons are relevant to TV viewing and program selection behavior. This has implications with regard to the different functions TV persons can have for the viewer. Depending on many intervening factors (e.g. motives, social setting, expected outcome of TV viewing), the viewer can meet TV persons in different levels: from mere perception to an intensive relationship. (Gleich, 1997, S. 50)

Eine Faktorenanalyse der PSI-Skala identifizierte zwei zusätzliche Faktoren: einerseits die Bewertung der TV-Person im Programmkontext (dem präsentierten Programm) und die emotionale Bindung zu der TV-Person, ähnlich einer positiven, sozialen Beziehung mit gemeinsamer Vergangenheit (bei langlaufenden Serien, Nachrichten oder Shows). Weiterentwicklungen der PSI-Skala stammen von Cohen (2004) und von Hartmann & Schramm (2005). Für genauere Analysen wird zwischen parasozialer Interaktion und parasozialer Beziehung unterschieden (Schramm, 2006). Die parasoziale Interaktion ist auf die unmittelbare „Begegnung“ in der Rezeptionssituation beschränkt, während die parasoziale Beziehung, ähnlich wie reale Freundschaften, über die eigentliche Rezeptionssituation hinausgeht. Dabei kommt es zu Wechselwirkungen zwischen den beiden Konstrukten (Gleich, 1996) und auch zu Vermengungen von Wahrnehmungen der (fiktionalen) Rollen und der (realen) Darsteller (Wulff, 1996).

Schramm (2006) fasst die wesentlichen Ergebnisse von empirischen Studien zu parasozialer Interaktion oder parasozialen Beziehungen zusammen: Unter anderem wurde festgestellt, dass parasoziale Interaktion vor allem bei älteren, formal weniger gebildeten VielseherInnen und Jugendlichen (junge Mädchen neigen besonders zur Idolbildung) auftritt. Einsame Menschen sind generell betroffen, also auch jene, die explizit wenig mit anderen Menschen kommunizieren. Grundsätzlich kommt es zu Cross-Gender-Effekten. Weibliche Rezipientinnen bauen parasoziale Beziehungen eher zu männlichen Medienfiguren und männliche Rezipienten zu weiblichen Medienfiguren auf. RezipientInnen mit einer hohen Anzahl und Vielfalt von Freizeitaktivitäten tendieren weniger zu parasozialen Beziehungen. Förderlich für parasoziale Interaktionen sind realistische Darstellungen (realistische Einschätzung durch ZuseherInnen) und wenn die Medienperson dem Idealbild der RezipientInnen, dem sozialen Hintergrund und den Einstellungen der ZuseherInnen ähnlich ist (Schramm, 2006).

Klimmt, Hartmann & Schramm (2006) gehen von einem dynamischen Prozess der parasozialen Interaktion aus, die sich im Laufe der Rezeptionssituation je nach dramaturgischem Verlauf und Situationsbeschreibungen verändern kann. Dabei unterscheiden Klimmt et al. in niedrigen und hohen Grad an interpersonalem Involvement als Basis der parasozialen Interaktion. Bei niedrigem Involvement ist weder die dargestellte Situation, noch die Medienperson für die RezipientInnen relevant: „In this situation, the persona is not relevant to the viewers, as they do not devote major cognitive processing resources, emotional energy, and/or behavioral activity to the persona“ (ebenda, S. 296). Klimmt et al. integrieren in ihr prozess-orientiertes Modell der parasozialen Interaktion Theorien der Kommunikationswissenschaften, der Medien- und Sozialpsychologie und unterscheiden in kognitive, emotionale und verhaltensorientierte

Prozesse: Hinsichtlich der kognitiven Prozesse ist die parasoziale Interaktion u.a. abhängig von der Relevanz der Medienfigur, von der Medien- und Lebenserfahrung der RezipientInnen bzw. von Vergleichsprozessen zwischen RezipientInnen und Medienpersonen (wahrgenommene Ähnlichkeiten, sozialer Vergleich oder Gruppenzugehörigkeit):

> Viewers may compare the situation and the actions of a persona with circumstances in which they have observed the persona in the past, or with events they have experienced themselves in their real life. Such connections between the actually perceived information about the persona and memory contents allow for the identification of behavior patterns of the persona. (Klimmt et al., 2006, S. 297).

Hinzu kommen Bewertungen der Gedanken oder Handlungen der Person und antizipierende Einschätzungen bzw. Hoffnungen und Ängste in Bezug auf die Medienpersonen im weiteren Handlungsverlauf. Grundsätzlich werden die Medienpersonen – ähnlich wie reale Personen – basierend auf dem Erfahrungshorizont der RezipientInnen, in deren Beziehungs-Schemata integriert. Bei den emotionalen Prozessen unterscheidet Klimmt et al. in empathische Reaktionen, in eigene personen-generierten Emotionen und in Stimmungsübertragungen. Wesentlich sind hinsichtlich der parasozialen Interaktion vor allem die empathischen Reaktionen, die wiederum von den moralischen Bewertungen der RezipientInnen abhängen und die personen-generierten Emotionen, die mit der Beziehung zwischen den RezipientInnen und der Medienfigur zusammenhängen bzw. die reale Welt mit der Medienwelt in Verbindung bringen.

Medienhandeln kann demnach soziale Interaktionen kompensieren. Medienfiguren können zu (Ersatz-) Freunden werden, die „verlässlich, diskret und unkritisch“ (Perse & Rubin, 1989, zit. nach Winterhoff-Spurk, 2005, S. 95) soziale „Lücken“ in der realen Welt der RezipientInnen (emotional) auffüllen. Parasoziale Beziehungen sind nicht so anstrengend wie reale Beziehungen; man kann sich aktiv die passenden Freunde aussuchen und gegebenenfalls ersetzen, Freundschaften beenden bzw. nach eigenen (emotionalen) Wünschen und Zeitplänen Kontakt aufnehmen (Winterhoff-Spurk, 2005). Beispielsweise suchen Frauen, die mit ihrem Leben unzufrieden sind Kontakte mit sympathischen, durchsetzungsfähigen, sozial kompetenten und zufriedenen DarstellerInnen (Kepplinger & Weißbecker, 1997). Barthelems (2001) stellt bei Jugendlichen eine Verbindung zwischen den gesuchten Medieninhalten und der realen Familiensituation her. Es wurden in den Medien, vor allem in Filmen, Vorbilder für das eigene Verhalten gesucht. Burschen mit häufig abwesendem Vater suchten verstärkt nach männlichen Vorbildern in Filmen wie „Rambo“ oder „Terminator“ und Mädchen

nach unterschiedlichen Frauenbildern in Filmen wie „Dirty Dancing“ oder „Pretty Woman“. Götz (2000) kommt bei Kindern und Jugendlichen zu ähnlichen Ergebnissen, also zu einer Verbindung zwischen realer Lebenssituation und Medieninhalten am Beispiel von Daily Soaps (Auseinandersetzung mit den eigenen Problemen, z.B. Pubertät oder mit unterschiedlichen Rollenvorbildern für das eigene Verhalten).

Parasoziale Interaktion wird umso intensiver, je attraktiver die Medienfigur empfunden wird und je eher sich die RezipientInnen von der Figur angesprochen fühlen. Intensive parasoziale Interaktion führt in Summe zu einer positiven Gesamtbewertung des rezipierten Programms. Als Beispiel wurde u.a. die Figur des Kommissars der TV-Serie „Der Alte“ untersucht (Hartmann & Klimmt, 2005). Parasoziale Beziehungen wurden zu PolitikerInnen (Maier, 2005) und zu Formel-1-Rennfahrern unter Einbeziehung der Konzepts „affective disposition“ untersucht (siehe Kapitel „Affektive Disposition“). Dabei wurde ein Zusammenhang zwischen aufgebauter positiver parasozialer Beziehung und positivem (emotionalen) Hoffen für einen Erfolg für den positiv bewerteten Fahrer festgestellt (Hartmann, Stuke & Daschmann, 2008; Hartmann, Daschmann & Stuke, 2006). Gleich (2009) plädiert für eine Untersuchung von parasozialen Beziehungen zu SportlerInnen unter Einbeziehung der GegnerInnen und von Leistungsattributionen. Erbrachte Leistungen der Sportler und deren Sympathiewerte könnten so u.a. in Verbindung zur Leistungseinstellung der RezipientInnen betrachtet werden. Soziale Normen und Werte der RezipientInnen könnten sich demnach auch auf die Bewertungen der MediensportlerInnen und in weiterer Folge auf den Aufbau der parasozialen Beziehungen auswirken.

Vorderer & Knobloch (1996) orten parasoziale Beziehungen als Ersatz oder Ergänzung zu realen Beziehungen am Beispiel von Realschülern: Schüchternheit und Geselligkeit hatten dabei interaktiven Einfluss auf die Intensität der parasozialen Beziehung; auch die Kombination zwischen dem Geschlecht der RezipientInnen und dem der Medienfiguren war ein wesentlicher Faktor. Kronewald (2007) untersuchte den Zusammenhang zwischen Beziehungsstatus („Singles“ und „Liierte“) und TV-Nutzungsmotiven. Dabei zeigte sich, dass Singles weniger aus einem Informationsbedürfnis heraus, sondern eher aus Gründen des Zeitvertreibs und um Gesellschaft (teilweise mit bestimmten Medienpersonen) zu haben das Fernsehangebot nützten. Vor allem für die unfreiwilligen Singles erfüllte das Fernsehen bestimmte Bedürfnisse und kompensiert teilweise Defizite in der eigenen Lebensführung (z.B. sexuelle Bindung bei den Männergruppen). Six & Gleich (2000) konfrontierten in einem Experiment 286 Versuchspersonen mit Szenarien, die potenziell Ärger oder Mitleid gegenüber unbekannten Personen oder TV-Lieblingen auslösen können. Die sozio-emotionalen, kognitiven und konativen Reaktionen waren in Qualität und Intensität den TV-Personen gegen-

über höher als den unbekannten Personen. Es wurden in Summe stärkere Emotionen, höheres Involvement und positivere Auseinandersetzung mit den TV-Lieblingen festgestellt. Die Qualität und die Intensität von Reaktionen gegenüber Medienfiguren (TV-Lieblinge) unterscheiden sich nicht von Reaktionen gegenüber realen Beziehungs-Personen.

3.3.6 Zusammenfassung und Implikationen

Im weitesten Sinn werden in dieser Forschungsperspektive Emotionen als unabhängige Variable für die Medienzuwendung angesehen. Die Emotionen werden aber auch in dieser Denkrichtung kaum explizit operationalisiert, sondern vorwiegend im Rahmen anderer Konzepte untersucht. Trotzdem gibt es teilweise theoretische Überlappungen mit den kognitiven Emotionstheorien im Sinne von Bewertungen als Basis von emotionalem Erleben und mit der strukturanalytischen Rezeptionsforschung im Sinne der Zusammenhänge zwischen Lebenswelt bzw. handlungsleitenden Themen und der Medienzuwendung. Die oben genannten Konzepte nähern sich dem Phänomen Emotionen im Rezeptionsprozess mit unterschiedlich komplexen Theorien an.

Vitouch (2007) kehrt die Stimulus-Response-Argumentation der Gewaltwirkungsforschung um und geht von generalisierter Angst aus, die das Medienverhalten beeinflusst. In Anlehnung an die Kultivierungsforschung kann das individuelle Angstniveau aus Real- und Medienerfahrungen resultieren. Für den Einstieg in die Mediensozialisation wird die psychische Ausgangslage des Individuums bestimmt (Sozialisation, gesellschaftliche Verhältnisse und Position, Disposition). Sozialisationserfahrungen mit häufig erlebtem Kontrollverlust bzw. Hilflosigkeit können zu defensiven Angstbewältigungsstrategien führen, was sich wiederum auf die Medienselektion auswirkt. Für die vorliegende Arbeit ist vor allem der kompensatorische Medienkonsum aufgrund negativer Realerfahrungen interessant, der sich in der Suche nach verstärkter Vorhersagbarkeit und Kontrollierbarkeit im Medienumfeld zeigt. Stereotype Inhalte, die Hilflosigkeitsgefühle über starke Identifikationsfiguren stellvertretend bearbeiten sind Teil der Bewältigungsstrategie durch Medienhandeln und repräsentieren eine emotionale Bedürfnislage. Im Sinne der vorliegenden Arbeit können Lernerfahrungen die kognitiven Bewertungen von Medien- und Realsituationen beeinflussen und so zu veränderten emotionalen Reaktionen führen, die ihrerseits über emotionale Bedürfnisse die Medienselektion beeinflussen. Coping- und Attributionsstile wirken sich auch auf Situations-, Objekt- oder Personenbewertungen aus und damit ebenso auf Emotionen. Ein erhöhtes Angstniveau resultiert aus Real- und Medienerfahrungen. Die Verbindung zur Realwelt bedeutet aber auch, dass theoretisch handlungsleitende Themen mit dem höheren Angstniveau in Verbindung stehen können. Medien können zum „Angstmanagement“

benutzt werden, aber eben auch beispielsweise zur Steigerung des Selbstbewusstseins (als kompensierende) Antwort auf lebensweltliche Probleme.

Das Stimmungsmanagement bezieht sich auf präkommunikative Stimmungen, die durch Medienzuwendung verbessert werden sollen. Grundsätzlich sollen negative Stimmungen reduziert und positive verstärkt werden. Teil des Konzepts ist die „semantic affinity“ (semantische Affinität), die Bezüge oder Übereinstimmungen zwischen der Medien- und der Realsituation beschreibt. Allerdings wird dieser Zusammenhang konträr zur Argumentationslinie der strukturanalytischen Rezeptionsforschung dargestellt, da Medieninhalte, die eine zu große Ähnlichkeit mit als negativ erlebten Realsituationen aufweisen eher vermieden werden. In dieser Beziehung steht die Theorie des Mood-Managements im Kontrast zur strukturanalytischen Rezeptionsforschung, da immer quasi das emotional alternative Programm zu den Alltagserfahrungen gesucht wird. Allerdings zeigen empirische Studien, dass negative Stimmungen unter bestimmten Umständen durch gleichgerichtete Medieninhalte aufrechterhalten werden, was die Annahmen der strukturanalytischen und weniger jene des Stimmungs-Managements stützen. In Summe kann das Mood-Management nur einen Teil der Stimmungsregulierung durch die Medien erklären und geht durch die Vernachlässigung von intra- und interindividuellen Faktoren von vereinfachten Prämissen über den Zusammenhang von Mediennutzung und Lebenswelt aus, da die aktive und symbolische Bearbeitung von relevanten Themen der RezipientInnen in die Theorie nicht mit einbezogen wird. Die Integration mit kognitiven Emotionstheorien gelingt auch nicht, da das Mood-Management das stellvertretende Ausleben von Handlungstendenzen ebenso wenig wie kognitive Bewertungsschritte thematisiert.

Einen besonders umfassenden Ansatz stellt die triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie dar, der zufolge RezipientInnen ein als generell angenehm wahrgenommenes Unterhaltungserleben suchen. „Unterhaltung“ wird dabei als Metaemotion definiert, die auf einer Makroebene verortet ist und auf einer darunterliegenden Mikroebene alle denkbaren, medial vermittelten Emotionen beinhalten kann. Die Zuwendung zu negativen Medieninhalten kann durch die Trennung in diese beiden Ebenen erklärt werden. Die Medieninhalte werden für deren Eignung für das individuelle Unterhaltungserleben bewertet. Früh bezieht sich dabei explizit auf die kognitive Emotionstheorie von Scherer. Die permanenten Bewertungen beziehen sich dabei auf eine passende Konstellation von Medienangebot, Personenmerkmalen und Kontextfaktoren. Da die triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie als Rahmentheorie konzeptioniert ist, können verschiedene kommunikationswissenschaftliche oder medienpsychologische Theorien als partikuläre Module eingegliedert werden. Die Theorie betont, dass RezipientInnen Kontrollerleben als positiv bewerten und dass kurzfristig erlebter medial vermit-

telter Kontrollverlust durch die dramatisierte, symbolische Wiedererlangung der Kontolle (z.B. am Ende des Films) als Kompetenzgewinn positiv erlebt wird. Die inhaltliche Ausrichtung der fiktionalen Bedrohung kann durch Integration weiterer Theorien wie der parasozialen Interaktion, aber auch der strukturanalytischen Rezeptionsforschung, also auch über Bezüge zur Realwelt der RezipientInnen, hergestellt werden. Die qualitative Ausrichtung der Kontrollverlust/Kontrollerlangung kann spezifische Bezüge zu den individuellen Lebensumständen und somit zu den handlungsleitenden Themen der RezipientInnen herstellen. Das Unterhaltungserleben kann demzufolge auch zur Identitätsarbeit werden. In die Bewertung der Medieninhalte auf potenzielles Unterhaltungserleben werden Inhaltsaspekte evaluiert, aber eben auch Aspekte, die außerhalb der angebotenen Inhalte liegen (soziale Vergleiche, moralische Bewertungen, Bestätigung eigener Wertprinzipien, Genugtuung, Selbstbestätigung etc.). Die Medieninhalte werden also im Rahmen der eigenen Relevanz- und Zielstrukturen zur Unterhaltung genützt.

Das Konzept des „Sensation Seekings“ bezieht sich auf keine spezifischen Stimmungen oder Emotionen, welche die RezipientInnen durch Medienkonsum suchen. Die Persönlichkeitsvariable „Sensationslust“ wird als individuell unterschiedliches Bedürfnis nach Aktivierung definiert. Medien werden demnach zum Aktivierungs-Management genützt. „Sensation seekers“ sind demnach ständig auf der Suche nach aktivierenden Reizen und wenden sich bestimmten, eben aktivierenden Medieninhalten (oder anderen aktivierenden Tätigkeiten oder Reizen) aus. Im Sinne der Emotionstheorien wird damit aber nur die Erregung und nicht die qualitative Komponente der Emotionen angesprochen. Einen Bezug zur Lebenswelt der RezipientInnen stellt das Konzept insofern her, als dass die medialen „sensation seekers“ eher jene Personen sind, welche die Erlebnissuche im wirklichen Leben aufgrund der damit verbundenen Gefährdungen aus dem Weg gehen wollen. Medien werden damit zur risikoarmen Alternative zur Aktivierungssteigerung. Im Rahmen der kognitiven Emotionstheorien könnte man hinzufügen, dass das stellvertretende Ausleben von Handlungstendenzen im geschützten medialen (Vorstellungs-) Raum die Aktivierung sanktionsfrei ermöglicht, diese allerdings durch das geringere Risiko nur begrenzt steigerbar macht.

Die parasoziale Interaktion ist eines der wichtigsten und prominentesten medienpsychologischen Konzepte, das davon ausgeht, dass RezipientInnen beim Medienkonsum ähnliche Emotionen suchen und durchleben können, wie sie in zwischenmenschlichen Beziehungen stattfinden können. Parasoziale Interaktion kann mit jeglicher Medienfigur aufgebaut werden, die ihrerseits sozial wahrgenommen und bewertet wird. Im Grunde entsteht zwischen RezipientInnen und Medienpersonen eine einseitige emotionale Beziehung, die als Zuwendungsgrund interpretiert wird. Das Medium kann

somit zum Ersatz für reale soziale Kontakte dienen. Schon dadurch ist eine Verbindung zur Lebenswelt der RezipientInnen Teil des Konzepts. Unabhängige Variablen für die Ausbildung parasozialer Beziehungen sind vor allem Einsamkeit, Schüchternheit, Geschlecht und Alter. Diese Ergebnisse sind mit den Annahmen der strukturanalytischen Rezeptionsforschung kombinierbar, da sie mit handlungsleitenden Themen assoziiert werden können. Auch der Aufbau parasozialer Beziehungen in Abhängigkeit von der eigenen Familien- und Problemsituation ist mit der strukturanalytischen Rezeptionsforschung stimmig (z.B. die verstärkte Suche nach geschlechtsspezifischen Rollenvorbildern bei Abwesenheit des jeweiligen Elternteils oder die symbolische Auseinandersetzung mit den eigenen Problemen). Auch kognitive Emotionstheorien könnten genützt werden, um die verschiedenen Bewertungsebenen der RezipientInnen bezüglich der Medienpersonen und die Verbindung zu alltagsrelevanten Themen genauer zu untersuchen. So verändern sich die Bedeutungen von möglichen Beziehungen wahrscheinlich in Abhängigkeit von eigenen alltagspraktischen Problemen. Allgemein gesprochen kann angenommen werden, dass mit der (positiven) Bewertung von Medienpersonen soziale Motive assoziiert werden können, die ihrerseits auf die Realwelt bezogen sind. Die Medienpersonen werden ähnlich wie reale Personen in das Beziehungsgeflecht der RezipientInnen integriert. Die Bewertungsebenen beziehen sich auf den Programmkontext, aber eben auch auf die persönliche (einseitige) emotionale Bindung der ZuseherInnen, die u.a. von der wahrgenommenen Ähnlichkeit der Medienfiguren mit den RezipientInnen abhängt und somit lebensweltliche Bezüge beinhaltet (soziale Normen und Hintergrund, Einstellungen und Idealbilder, Gruppenzugehörigkeit etc.). In Summe werden soziale und damit auch emotionale Bedürfnisse der RezipientInnen bis zu einem gewissen Ausmaß von Medienpersonen befriedigt.

3.4 Besonderheiten medieninduzierter Emotionen inklusive Empathie und situationaler Referenz

Obwohl Filme bzw. Filmclips zur Emotionsinduktion in der Emotionsforschung verwendet werden (Hewig, Hagemann & Seifert, 2005; Studtmann, Otto & Reisenzein, 2009), sind medienevozierte und alltagsevozierte Emotionen nicht gleichzusetzen. Auch wenn Emotionen bei der Mediennutzung ähnlich wie in der Alltagssituation entstehen können, existieren – vor allem aus der Perspektive der Appraisal-Theorien – in der Rezeptionssituation für die RezipientInnen zusätzliche Bewertungsmöglichkeiten und -ebenen (Schramm et al. , 2006). Mangold, Unz & Winterhoff-Spurk (2001) sprechen von „Gefühlen aus zweiter Hand“ und verweisen auf das „Involvement“-Konzept (Nähe vs. Distanz zu den dargestellten Figuren, Ereignissen oder Situationen) von Tamborini (1991) (siehe Kapitel „Involvement“). Demnach können RezipientInnen ihre

subjektive Nähe oder Distanz zu medial vermittelten Situationen steuern (Coping-Strategie der RezipientInnen im Rezeptionsprozess). Da die Medienemotionen meistens willentlich aufgesucht bzw. herbeigeführt werden, haben die RezipientInnen die Möglichkeit durch die Verlagerung der Aufmerksamkeit oder durch Beendigung der Rezeptionssituation die medieninduzierten Emotionen zu beeinflussen (Mangold, 2007). Das bedeutet aber auch, dass intensive medienevozierte Emotionen tendenziell nur bei hoher Aufmerksamkeit und hohem Involvement entstehen. Ähnlich argumentiert Früh (2002, 2003a) mit dem Begriff der „als ob"-Emotionen, die mit wechselnder Distanz bzw. Involviertheit generell weniger intensiv erlebt werden als Emotionen in realen Situationen. „Der Unterschied dürfte bei Extrememotionen relativ groß, bei Alltagsemotionen wie Freude, Mitgefühl, Ärger oder Neid wahrscheinlich sehr viel kleiner sein" (Früh, 2002, S. 218). Die „Vermitteltheit" der Medienemotionen impliziert, dass die ZuseherInnen nicht tatsächlich von den Konsequenzen der Mediensituation betroffen sind (und dies auch wissen) und die „Distanziertheit" aus der Rezeptionsperspektive bedeutet die Möglichkeit der Kommentierung für die ZuseherInnen und damit Unterhaltungserleben (emotionsähnliches, positives Erleben) von z.B. dramatischen, bedrohlichen oder ängstigenden Medieninhalten, die an sich mit negativen Emotionen assoziiert sind (Früh, 2003; Gehrau, 2003). Früh (2002, 2003a-b, siehe Kapitel „Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie") unterscheidet in die Mikroebene hinsichtlich inhaltsorientierter Bewertungen und in die übergeordnete Makroebene hinsichtlich des Unterhaltungserlebens. Die Mikroemotionen beziehen sich auf die Medieninhalte bzw. auf die emotionsauslösenden Mediensituationen und können in die Makroemotionen „Unterhaltung" transformiert werden (Früh, 2003; Gehrau, 2003). Mit dieser zusätzlichen Bewertungsebene kann eben scheinbar paradoxes RezipientInnenverhalten erklärt werden (z.B. die Zuwendung zu Horrorfilmen). Die zusätzlichen Bewertungsschritte der RezipientInnen können damit Unterschiede von unmittelbar erlebten Emotionen in realen Situationen und von medial vermittelten Emotionen ähnlicher Situationen, aber auch das gleichzeitige Auftreten von mehreren, unterschiedlichen Gefühlen während der Rezeptionssituation erklären. Weitere mögliche Appraisal-Schritte der RezipientInnen beziehen sich auf formale Aspekte der Medien, bzw. werden von ihnen beeinflusst (Mangold, 2001), auf die Mediennutzungssituation und auf das Mit-Publikum (Wirth et al., 2006).

Bezugnehmend auf die Emotionstheorie von Frijda (1986) nennt Tan (1996) die medienvermittelten Emotionen „feelings", da bei der Medienrezeption nur virtuelle „action tendencies" ausgelöst werden und nicht, wie in realen Situationen, diese Handlungstendenzen „not compete for precedence with other actions, either planned or in progress" (Tan, 1996, S. 75). Die einzige reale „action tendency" ist für Tan die Hand-

lung, der Filmhandlung mit Interesse weiter zu folgen. Daher definiert Tan Interesse als „tonic emotion“ (ebenda, S. 83) bzw. auch als „permanent“ (ebenda, S. 118) die auf der Antizipation der kommenden Ereignisse der Narration basiert. „Interesse“ ist damit für Tan die überdauernde Emotion bei der Rezeption von Medieninhalten, die sich auf übergeordnete Spannungsbögen der erzählten Gesamtgeschichte beziehen. Im Gegensatz dazu definiert Tan jene Emotionen, die sich innerhalb der Filmhandlung rasch ändern können bzw. die von der Einschätzung der medial vermittelten Situationen abhängen als „phasic emotions“. Im Grunde postuliert Tan mit „Interesse“ ein ähnliches Konzept wie Früh mit „Unterhaltung“; also eine übergeordnete Emotion, die alle (untergeordneten) medienvermittelten, eher situativ angelegten Emotionen beinhalten kann. Tan definiert in diesem Zusammenhang auch ein kognitives und ein affektives Investment in fiktionale Produkte, das die RezipientInnen dazu veranlasst, die Handlung weiter zu verfolgen (wenn das Schicksal des Protagonisten nicht mit den Wünschen bzw. Werten der RezipientInnen übereinstimmt). Auf das affektive Investment folgt, aus dramaturgischen Gründen, eine hinausgezögerte affektive Belohnung. In diesem Sinne fordert das Publikum das investierte Interesse zurück und hofft auf ein belohnendes Ende im Sinne ihrer Erwartungen an das Produkt. Früh würde vielleicht hinzufügen, dass nur mit dem Einlösen der Erwartungen die „Unterhaltung“ funktionieren kann. Solche emotionalen Belohnungen können aber nicht endlos aufgeschoben werden. Tan argumentiert an diesem Punkt lerntheoretisch, da, wenn das Publikum zu lange auf eine affektive Belohnungen warten muss, das Verhalten (die Zuwendung, die dann eben nicht belohnt wird) weniger oder auch gar nicht mehr gezeigt wird, bzw. sich die RezipientInnen ähnlich eingeschätzten Produkten nicht mehr zuwenden werden. Das Interesse steigert sich im Lauf der Handlung auf Basis der dramaturgischen Elemente (Störung der Balance der Charaktere) und findet am Ende wieder zur Balance zurück. Sowohl die Filmhandlung, als auch die Emotionen des Publikums können als rekursiv episodische Struktur („recursive episodic structure“) gesehen werden. Damit geht Tan von der übergeordneten Emotion Interesse und den darunterliegenden, von den einzelnen dramaturgischen Situationen abhängigen Emotionen aus. Das Interesse hängt auch mit den Erwartungen des Publikums an ein Genre zusammen. Die unterschiedlichen Filmgenres repräsentieren verschiedene dominante Emotionen und bestimmte Affektstrukturen („affect structure“) auf die sich das Publikum einlässt bzw. diese von dem jeweiligen Genre erwartet:

> The first of these is the dominance of certain characteristic emotions. Well-known film genres are characterized by the type of affect that they evoke in the first place. This is almost inherent in the designation of the various genres that are so close to the hearts of the natural audience of the feature film. Thriller,

> horror movies, comedy, and tearjerker are descriptions that, in their simplicity, tell us a great deal about the features of a particular film. Thus the affect structure of a film characterized as a thriller should correspond to that designation. (Tan, 1996, S. 221)

Mangold (2001. S. 401ff.; vgl. Mangold, Unz & Winterhoff-Spurk 2001, S. 164ff., Mangold, 2007, S. 175ff.) fasst die Besonderheiten von „Mediengefühlen“ im Unterschied zu „realen“ Gefühlen zusammen. Dabei sind Emotionen während oder nach medialen Darbietungen im Vergleich zu Emotionen in realen Situationen gemeint. Die Medienstimuli zeichnen sich durch „Wide-Range“-Emotionsprofile aus, die einen besonders breiten Bereich zwischen schwachen und starken Erregungsintensitäten umfassen, die in der Realität kaum in der Dichte vorkommen. Die intensive Verlaufsdynamik medienvermittelter Emotionen begründet sich auf die „starke Veränderlichkeit des medial vermittelten Reizangebots“ (ebenda, S. 175) im Vergleich zum realen Alltag, der üblicherweise mit einer geringeren Handlungs- und Ereignisdichte aufwartet. Die grundlegend dynamischen Emotionsverläufe (Medienangebote als sich fortwährend verändernde Reizangebote) während z.B. einer Filmrezeption bedeuten, dass nicht nur singuläre Situationen spezifischen Emotionen zugeordnet werden können, sondern dass sich die Emotionen mischen, ineinander übergehen und sich fortlaufend während der Rezeption verändern, was sich wiederum auf die Messgenauigkeit und Operationalisierung der Emotionen auswirkt. Multiple oder paradoxe Emotionen können vor allem durch widersprüchliche oder sich rasch ändernde Filmhandlungen evoziert werden. Damit ist auch die Schwierigkeit der Unterscheidung in die relativ „schwachen“ Stimmungen (siehe Kapitel „Mood-Management“) und in die intensiveren Emotionen vor, während und nach dem Rezeptionsprozess angesprochen.

Vor allem aus der Sicht des Mood-Managements (Zillmann, 1988a) ist die Unterscheidung zwischen Emotionen und Stimmungen wichtig (siehe Kapitel „Stimmungsmanagement“). Emotionen sind im Vergleich zu Stimmungen „durch eine größere Erregungsintensität, eine kürzere Dauer, eine stärkere Fokussierung auf die auslösenden Ereignisse sowie spezifische motivationale Implikationen“ (Zillmann, 2004, S. 102) gekennzeichnet. Zillmann (ebenda, S. 108) definiert Stimmungen hingegen als „ein affektives Erleben von geringer bis mäßiger Erregungsintensität und von verhältnismäßiger Dauer. Ihr wichtigstes Unterscheidungsmerkmal zur Emotion ist das Fehlen von Zielobjekten“. Emotionen sind demnach stärker mit Handlungen verbunden und Stimmungen eher mit diffuser Motivation. Die Ausrichtung von Emotionen auf Objekte (Situationen, Personen, etc.) wird auch von den kognitiven Emotionstheorien betont (siehe Kapitel „Kognitive Emotionstheorien“).

Medienemotionen kommen über vermittelte Emotionsauslösung zustande (siehe oben), werden also über zwischengeschaltete Prozesse wie Empathie oder Involvement – und natürlich durch personenspezifische (auf den persönlichen Lebenskontext bezogene) und auf handlungsinhärente (auf den Handlungskontext des Medienangebots bezogene) Bewertungen ausgelöst. Im Vergleich zu realen Situationen gibt es also mehrere zusätzliche Bewertungsebenen. Dies kann dazu führen, dass unterschiedliche Emotionen gleichzeitig erlebt werden (Auftreten von „Mehrfach-Gefühlen“ oder zu „Konfundierung“ der Emotionen bzw. zu deren Vermischung während der Rezeptionssituation; siehe Kapitel „Flache Emotionen“) oder dass negative Mediensituationen mit positiven Emotionen seitens der RezipientInnen verknüpft werden (z.B. positive Gefühle bzw. Unterhaltung durch Horrorfilme). Interindividuell unterschiedliche affektive Reagibilität (unterschiedliche affektive Reaktionen bei gleichem Medienreiz) wird durch unterschiedliche Beteiligung bzw. Anteilnahme und durch unterschiedliche Determinanten der Emotionalität der RezipientInnen erklärt. Situativ überdauernde Persönlichkeitsmerkmale und variable Motivausprägungen wirken sich auf interindividuell unterschiedliche emotionale Wirkungen der Medienangebote aus. Vor allem die „vermittelte Emotionsauslösung“ (Mangold, 2001, S. 407f.), also der Prozess der Emotionsauslösung bei der Medienrezeption mit zusätzlichen Bewertungsebenen, macht den Unterschied zur Emotionsauslösung in Realsituationen aus. Medial vermittelte Emotionen unterscheiden sich von „realen“ Emotionen in ihrer Realitätsnähe (medial-real/medial-fiktional), in der unmittelbaren Betroffenheit der RezipientInnen (Situationsrelevanz), hinsichtlich einer zweiten Situationsebene (inhaltliches Medienangebot und Rezeptionssituation bzw. Medienumgebung) und hinsichtlich der „Meta-Emotionen“ (übergeordnete emotionale Ebene wie beispielsweise bei „Unterhaltung“ und „Interesse“, siehe oben).

Für die vorliegende Arbeit soll an dieser Stelle betont werden, dass es auch in medial vermittelten Situationen auf die Relevanz der dargestellten Inhalte für die jeweiligen RezipientInnen ankommt. Demnach sind also nicht nur reale Situationen emotional relevant für die Personen, sondern auch „vermittelte“ Situationen stehen über die symbolische Bedeutung mit den Relevanzsystemen der RezipientInnen in Verbindung. Die verschiedenen Mediensituationen können demnach für unterschiedliche Personen unterschiedlich (symbolisch) relevant sein und daher unterschiedliche Emotionen auslösen.

Zusätzlich zu den Emotionsdefinitionen der kognitiven Emotionstheorien (siehe Kapitel „Kognitive Emotionstheorien“), werden für die differenziertere Beschreibung medienvermittelter Emotionen weitere Emotionsdefinitionen angeführt (vgl. Schramm et al., 2006; Wirth et al., 2006): „Mit-Emotionen“ oder „Kommotionen“, (wie z.B. Mitleid;

Scherer, 1998) oder „Sozio-Emotionen“ (Bente & Vorderer, 1997) entstehen grundsätzlich aus der Wahrnehmung der Emotionen anderer Personen. Mit dem Erkennen von Emotionen bei anderen Personen beschäftigt sich vor allem die empirische Empathie-Forschung (Wallbott, 2000). Empathie kann u.a. als rationaler, analytischer Prozess verstanden werden, bei dem die Emotionen einer anderen Person bewusst wahrgenommen werden und man darauf emotional reagiert; oder im Sinne der „emotionalen Ansteckung“ („emotional contagion“) bzw. durch „motor mimicry“ (Ausdruckswahrnehmung und mimische Nachahmung) als die Übernahme einer bei einer anderen Personen beobachteten Emotion (Hatfield, Cacioppo & Rapson, 1994; siehe Kapitel „Emotionale Ansteckung und Ausdrucksforschung“). Mit emotionaler Ansteckung ist die lineare Imitierung einer dargestellten Emotion ohne nachvollzogene Emotionsursachen gemeint. Die rein mimische Darbietung von Stimuluspersonen ohne Kontextinformation erschwert allerdings die korrekte Zuweisung von Emotionen; bei zusätzlicher Kontext- bzw. Situationsinformationen verbessert sich die richtige Zuordnung der Emotionen (Wallbott, 1990). Bei medial vermittelten Emotionen werden hauptsächlich Kontextinformationen geliefert. Dies betrifft reale wie fiktionale Inhalte. Zum mimischen Ausdruck der ProtagonistInnen werden in den Nachrichten die Umstände (z.B. Katastrophen, Unfälle, etc.) und in fiktionalen Produkten die Situation bzw. die Geschichte der Figuren erklärt. Die Kontextsituation ist dramaturgisches Mittel, das die empathische Reaktion dramaturgisch in die intendierte Richtung lenkt. Dies bedeutet natürlich nicht, dass RezipientInnen die dargestellten Emotionen immer im Sinne des Drehbuchs interpretieren. Aber man kann davon ausgehen, dass die medialen Hinweise auf die Situation, Kontext der Personen bzw. die mimische Darstellung (Großaufnahme, Montage, etc.) Hinweise für die Interpretation in eine gewisse (intendierte) Richtung unterstützen. Aus der Sicht der Filmwissenschaften kann man bei automatischer, emotionaler Ansteckung von „somatischer Empathie“ (Brinckmann, 1999) und beim „Sichhineinversetzen“ in eine Medienfigur und nachvollzogener Emotionen aufgrund der Bewertungen aus der Perspektive der Medienfigur von „identifikatorischer, affektsimulativer Empathie“ (Eder, 2009) bzw. von „emotional simulation“ (Smith, 1995) sprechen (zur Unterscheidung in „somatische“ und „affektive Empathie“ bezüglich Dokumentarfilme siehe Brinckmann, 2009, S. 335f.). Im Rahmen der kognitiven Emotionspsychologie (Scherer, 1998) ist „Empathie“ das Mitfühlen mit den medialen DarstellerInnen. Die Bewertungen der Medienpersonen – inklusive Zielrelevanz und Bewältigungspotenzial – werden nachvollzogen, egal ob diese explizit dargestellt werden oder ob diese für die RezipientInnen nur vorstellbar sind. „Die Auslösung der Mit-Emotion erfolgt in diesem Fall ausschließlich über das Nachvollziehen einer als realistisch angesehenen emotionsantezedenten Bewertung“ (Scherer, 1998, S. 282). Eine „symmetrische Kommotion“ stellt

sich nach Scherer dann ein, wenn die RezipientInnen Sympathie oder Identifikation mit den Medienfiguren empfinden. „Asymmetrische Kommotionen“ stellen sich bei Abneigung oder Feindseligkeit gegenüber den dargestellten Personen ein (Ärger oder Angst bei der Medienfigur kann so als Freude bei den RezipientInnen empfunden werden). In der Rezeptionssituation kann es aber auch zur „Emotionsinduktion“ (ebenda) kommen, die durch die Bewertung (einer medial vermittelten Situation) der RezipientInnen hinsichtlich der eigenen Ziele und Werte (ohne dass die DarstellerInnen die gleichen Emotionen ausdrücken) entsteht. Die Emotionsinduktion unterscheidet sich also prinzipiell nicht von „normalen“ Situationen, wo ebenso „die subjektiv eingeschätzte Bedeutung eines Ereignisses für die aktuelle Motivationslage des Organismus“ für die Emotionsauslösung und -differenzierung entscheidend ist (ebenda, S. 276). Die Person bewertet die medial vermittelte Situation (Objekt oder Ereignis) also ebenso hinsichtlich der Relevanz für die eigenen Ziele und Bedürfnisse (die sich nicht mit den Zielen der Medienpersonen decken müssen). Die RezipientInnen interpretieren in diesem Fall aus der „Ego“-Perspektive (ebenda). Zillmann (2004) beschreibt Empathie u.a. auch im Kontext kognitiver Theorien:

> Die kognitive Vermittlung bezieht sich auf die Bestrebung, sich selbst an die Stelle von jemand anderem zu setzen, insbesondere mit dem Ziel, das emotionale Erleben des anderen einzuschätzen und zu verstehen. Im Gegensatz zum unbewussten, automatischen Charakter der reflexiven und erworbenen Vermittlung kann die kognitive Vermittlung als bewusstes Rollenspiel erachtet werden, das von einer Erkenntnissuche ausgeht und von emotionaler Reife abhängt (d.h. von Erfahrung mit den Emotionen, die eingeschätzt werden). (S. 117)

Ähnlich unterscheiden Wirth et al. (2006, S. 231) in kognitive und affektive Empathie. Mit kognitiver Empathie ist „das rationale Nachvollziehen von Gefühlen anderer Personen im Sinne einer Perspektivenübernahme“ gemeint und mit affektiver Empathie das „Nachfühlen“ der Gefühle der Medienfigur. Im Sinne der Appraisal-Theorien kann von einer direkten Abhängigkeit der affektiven von der kognitiven Empathie ausgegangen werden. Im Rahmen seiner „Affektiven Dispositions-Theorie“ („affective disposition“, siehe Kapitel „Affective Disposition“) bringt Zillmann (2005) den Begriff der Empathie mit moralischen Bewertungen durch die RezipientInnen in Zusammenhang. Empathie bedeutet demnach ein Mitfühlen mit Personen, die positiv bewertet werden. Unverdiente Erfolge von moralisch negativen Rollen lösen gegenteilige („counterempathic emotional reactions“) emotionale Reaktionen aus (ebenda, S. 173). Involvierend sind demnach Filme, bei denen besonders polarisierende Filmfiguren mit unterschiedlichen moralischen Bewertungen vorkommen. Moralische Bewertungsmöglichkeiten aus Sicht

des jeweiligen RezipientInnenmilieus erhöhen die Empathie und Antipathie und damit die emotionalen Reaktionen.

An dieser Stelle kann man im Sinne der vorliegenden Arbeit ergänzen, dass Erfahrungen mit ähnlichen Situationen im realen Leben der RezipientInnen Empathie mit Medienfiguren in emotional ähnlich aufgeladenen Situationen wahrscheinlich unterstützen. Mediale Situationen können an ähnliche, positive oder negative, reale Situationen erinnern. Dargestellte negative emotionale Reaktionen auf belastende, selbst erlebte Situationen können emotional „verständlich“ wahrgenommen werden. Wunschvorstellungen über den Ausgang von realen Situationen können stellvertretend im Medium dargestellt und von den RezipientInnen emotional positiv, die eigene Situation kompensierend, bewertet werden und tragen so zur „symbolischen Bearbeitung“ des eigenen Erlebens bei. Die Beeinflussung der Rezeptionssituation durch reale Ereignisse muss aber nicht als linearer Prozess der emotionalen Anteilnahme stattfinden, sondern kann auch zu Vermeidungsverhalten führen (Vermeidung von Angst auslösenden Situationen, Vitouch, 2007). Zillmann (2004, S. 117) sieht die RezipientInnen weiters als „unermüdliche moralische Kontrolleure der Handlungen und Absichten anderer“. Dabei führen die Beobachtungen der Medienfiguren durch die RezipientInnen zu Bewertungen des Verhaltens der Medienfiguren bzw. zu positiven oder negativen affektiven Dispositionen der Medienfiguren gegenüber. Bei positiven affektiven Dispositionen kommt es im weiteren Verlauf der Handlung zu Empathie mit den Medienfiguren, bei negativen Dispositionen zu „hedonistisch disparaten Gefühlen“ (ebenda, S. 118), also zu Abneigung und Ressentiments (siehe Kapitel „Affective Disposition“). Dabei kann es auch zu einer Konfundierung und Überlagerung von unterschiedlichen Emotionen kommen („excitation transfer“), wo rasch folgende, intensive Reize zu einer Abschwächung der empathischen Reaktionen führen (Zillmann, 2006a; siehe Kapitel „Excitation Transfer“). Wulff (2009), der auch von kontinuierlichem, moralischem Bewerten der Filmfiguren und derer Handlungen durch die RezipientInnen ausgeht und so auf die Verbindung zwischen Medieninhalten und Realität (der RezipientInnen) verweist, spricht in diesem Zusammenhang von „empathisch vorbelasteten“ RezipientInnen. „Die moralische Evaluation von Filmen, respektive ihrer Dramaturgie, steht also nicht fest, sondern ist – wie schon eingangs behauptet – in höchst komplexen Maße mit den Urteilen von Zuschauern verbunden“ (Wulff, 2009, S. 392).

Tan (1996, S. 81) und Tan & Frijda (1999, S. 52) unterscheiden „F emotions“ („fiction emotions“ bzw. fiktionale Emotionen) und in „A emotions“ („artefact emotions“ bzw. Artefaktemotionen). Dabei bezieht Tan sich mit den „F emotions“ auf jene Emotionen, die aus der fiktionalen Handlung resultieren und mit den „A emotions“ auf die Wirkung des Films als Artefakt. Mit den „F emotions“ ist das Einfühlen und Mitfühlen

mit den fiktionalen Charakteren gemeint. In dieser Perspektive sind die RezipientInnen Teil der fiktionalen Welt:

> Most F emotions are empathetic because the action in the traditional feature film narration is realized by protagonists who display human traits and whose goals and fate are of interest to the film viewer. These include such emotions as hope and fear, anxiety, sympathy, pity, relief, gratitude, admiration, shame, anger, terror, joy, and sorrow. (Tan, 1996, S. 82)

Auch Tan stellt eine Verbindung mit den Normen und Werten bzw. dem realen Lebenskontext der RezipientInnen und empathischen (emotionalen) Prozessen her. Die narrative Charakterisierung der fiktionalen Personen beinhaltet die Darstellung von Werthaltungen. Das Publikum entwickelt emotionale Nähe zu jenen Personen, die ähnliche Werthaltungen wie sie selbst haben und wenn eine Übereinstimmung der Anliegen („concerns“) der fiktionalen Personen mit jenen des Publikums wahrgenommen wird: „This relevance of the character’s fate is in itself an important condition für the emergence of empathetic emotions“ (Tan, 1996, S. 169). Empathie kann demnach als all jene Kognitionen bei den RezipientInnen angesehen werden, die zu einem Verstehen der Bedeutung der fiktionalen Situation der Filmpersonen beiträgt (ebenda, S. 172). Daraus folgt die Definition für empathische Emotionen: „By an empathetic emotion we mean an emotion which is characterized by the fact that the situational meaning structure of the situation for a character is part of the meaning for the viewer” (ebenda, S. 174). Unter empathische Emotionen fallen für Tan (ebenda, S. 179) Mitleid („compassion“), Sympathie („sympathy“) und Bewunderung („admiration“), die er wiederum von dem Begriff Identifikation abgrenzt. Totale Identifikation zwischen Publikum und AkteurInnen ist für Tan nicht möglich, da das Publikum nie exakt in der Situation des Films und daher die eigenen Anliegen („concerns”) nie vollständig betroffen sind: „But because, as we have seen, it is not possible to take on completely the situational meaning for the character in question and because this is not necessary in order to experience empathetic emotion, I consider the term identification misleading“ (ebenda, S. 190).

Wirth et al. (2006, S. 237) entwickelten das “Multi-Reference Appraisal Model of Emotion”, bzw. das „Emotions-Metaemotions-Regulations-Modell“ (Wirth et al., 2007a, 2007b), das sich auf unterschiedliche „situationale Referenzen“ im Rezeptionskontext bezieht. Das Konzept der „situationalen Referenz“ basiert auf den Appraisal-Theorien und versucht generell Phänomene wie die Emotionsinduktion, empathische Emotionen und Emotionsregulation zu erklären. Die „situationale Referenz“ hat entscheidende Bedeutung, „welche emotionsrelevante Bedeutung einer Medienrezeptionssituation

zugeschrieben wird“ (Wirth & Schramm, 2007a, S. 37). Emotionsrelevante Situationen können tatsächlicher (z.B. Um- oder Ausschalten) oder imaginärer (RezipientIn konzentriert sich auf formale Aspekte statt auf inhaltliche Aspekte) Art sein. Appraisal-Prozesse beziehen sich u.a. auf Situationsbewertungen, die dann zu den jeweiligen Emotionsqualitäten führen. Die Situationsdefinition bei der Medienrezeption ist allerdings komplexer als die von Realsituationen und hat eben zusätzliche Bewertungsebenen (siehe oben). Das Konzept der „situationalen Referenz“ soll „die notwendige Klarheit und Differenzierung bei der Definition der (emotional relevanten) Situation leisten“ (Wirth et al., 2006, S. 234). Im Grunde geht es um die Verbindung von Medieninhalten mit mehreren Bewertungsmöglichkeiten durch die RezipientInnen, die sich auf die Emotionen auswirken. Es sind nicht die objektiven Situationen, die Emotionen auslösen, sondern die subjektiven (kognitiven) Interpretationen. „Damit bilden Situationsinterpretationen die wichtigste Referenz für Emotionen.“ (Wirth et al., 2007a, S. 41) Die Besonderheit der Medienrezeption verlangt aber eine differenziertere Beschreibung möglicher Bezugssituationen. Die Frage ist, welche Situationen bei den RezipientInnen kognitiv präsent sind und damit Emotionen auslösen können. Es ist die Frage des Bezugs, den die RezipientInnen während der Medienrezeption herstellen. So können sie sich z.B. auf die inhaltliche Medienebene, auf Erinnerungen oder auf die Rezeptionssituation selbst beziehen. „Definieren wir situationale Referenz als diejenigen Aspekte einer tatsächlich oder imaginär vorgestellten Situation, die interpretativ die Basis für die erlebte Emotionen bildet, so lassen sich mehrere situationale Referenzen bei der Medienrezeption unterscheiden“ (Wirth et al., 2006, S. 243f.; Wirth et al., 2007a, S. 41ff.; Schramm, 2009, S. 119ff.):

- Medieninhalt: Inhalt (fiktional oder real) ist die situationale Referenz für die Emotion. Die Situation der Protagonisten wird emotional von den RezipientInnen nachvollzogen (die Emotionen beziehen sich auf das empathische Nachvollziehen der medial vermittelten Welt). Es werden „Mit-Emotionen“ oder „Kommotionen“ ausgelöst (Scherer, 1998).
- Rezeptionssituation: Die eigene Beobachterrolle bleibt bewusst, kann eine individuelle, häusliche oder eine kollektive, öffentliche Publikumsrolle sein (die Emotionen beziehen sich dann z.B. auf eine angenehme, private Situation oder auf eine öffentliche Situation mit Gruppendynamik, nationalem Stolz etc.).
- Werkcharakter: Der Produktcharakter des Medienprodukts ist für die RezipientInnen im Bewusstsein und damit emotionsrelevant (ästhetisches Empfinden, Ärger über sensationslüsternen Beitrag, Freude über eine gelungene Verfilmung).

- Erinnerungen oder Tagträume: Das Medienangebot wird eigentlich nicht rezipiert, sondern bereits erlebte oder fiktive Situationen werden vorgestellt (Emotionen beziehen sich auf medienexterne Inhalte, können aber auch von den Medieninhalten ausgelöst werden).
- Medieninhalt wird auf die Situation der RezipientInnen bezogen: Nachrichten wirken sich auf das reale Leben der RezipientInnen aus oder Erinnerungen an ähnliche reale Situationen (wie die dargestellten Mediensituationen u.a. in Spielfilmen) und man erinnert sich dabei auch an die dabei damals real erlebten Gefühle. Laut Scherer (1998) wird der „Ich-Bezug“ hergestellt, die Emotionen als „Ego-Emotionen“ bezeichnet und durch „Emotionsinduktion“ ausgelöst (Emotionen entstehen aus der Interaktion zwischen Medieninhalt und der eigenen Person). Durch die Vermengung von Medien- und RezipientInnenebene kann es zu emotionalen Mischformen kommen.
- Interaktion zwischen Medieninhalt und Rezeptionssituation: z.B. Peinlichkeitsgefühle durch die Gegenwart der Eltern bei Liebes- oder Sexszenen.

Der Wechsel von situationalen Referenzen wirkt sich auf die Emotionen aus, kann zu Mischemotionen führen und funktionalen Charakter haben (z.B. Regulation der Emotionen bei Horrorfilmen mit einem Wechsel von der Inhalts- zur Produktionsperspektive zur Angstreduktion). Ein kontrollierter Wechsel zwischen den situationalen Referenzen kann damit auch zur Emotionsregulation dienen. „Der Nutzen des Konzepts liegt darin, dass es verschiedene Phänomene der Emotionsgenese bei der Mediennutzung plausibel erklären kann, ohne den theoretischen Rahmen der Appraisal-Ansätze zu verlassen, diese aber an einer entscheidenden Stelle ergänzt bzw. präzisiert“ (Wirth et al., 2007a, S. 44). Schramm (2009) wendet das „Emotions-Metaemotions-Regulations-Modell“ auf die Sportrezeption an. Die Emotionsregulationsstrategien können sich auch auf einer übergeordneten Bewertungsebene (Metaemotionen) beziehen, die Analogien zur Metaemotion „Unterhaltung“ aufweist (siehe Kapitel „triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie“).

Für die vorliegende Arbeit ist vor allem die angesprochene Verbindung von Medieninhalt zum realen Leben der RezipientInnen von Bedeutung. So können Erinnerungen an real erlebte Emotionen die Medienzuwendung, das Involvement und die Empathie im Rezeptionsprozess beeinflussen. Reale Lebenssituationen und deren Bewertungen werden zur unabhängigen Variable für die Interpretation der Medieninhalte, was sich wiederum auf die medieninduzierten, emotionalen Reaktionen auswirkt. Ganz im Sinne des dynamisch-transaktionalen Ansatzes (Früh et al., 1982) kann es zu Interaktionen zwischen Medieninhalten und eigenen Erinnerungen bzw. Erlebnissen

bzw. der eigenen Lebenssituation kommen. Medienevozierte Emotionen entstehen damit aus den Transaktionen von Medien- und Lebenswelt der RezipientInnen inklusive deren Bedürfnissen, Hoffnungen und Ängsten.

3.5 Medienforschung und kognitive Emotionstheorien

Die Medienpsychologie und die Kommunikationswissenschaft beschäftigten sich bisher vor allem mit zwei Theoriezweigen der Emotionspsychologie (Wirth et al., 2006). Einerseits wurde durch Zillmann (1978, 2005) die Zwei-Komponenten-Theorien der Emotionen (Hebb, 1955; Schachter & Singer, 1962; Schachter, 1964) in die Medienforschung eingeführt und zur Erklärung von physiologischen Erregungszuständen und Interaktionen von unterschiedlichen Emotionen während der Medienrezeption herangezogen (siehe Kapitel „Excitation Transfer“). Andererseits wurden kognitive Emotionstheorien (vor allem Scherers, aber auch Frijdas Arbeiten) für die Rezeptionsforschung nutzbar gemacht (Brosius, 2003; Früh, 2002, 2003b; Gehrau, 2003; Hediger, 2006; Mangold, 1998, 2000, 2001; Mangold, Unz & Winterhoff-Spurk, 2001; Naby, 1999, 2002, 2003; Scherer, 1998; Schlimmbach, 2007; Schramm & Wirth, 2004, 2006; Schramm, 2009; Schwab, 2001; Scudder, 1999; Tan & Frijda, 1999; Tan, 1996; Unz & Schwab, 2003; Unz, 2007; Unz, Schwab & Winterhoff-Spurk, 2002; Unz, Schwab, Michel & Winterhoff-Spurk, 2006; Winterhoff-Spurk, 1999, 2004, Wirth, Schramm & Böcking, 2006; Wirt & Schramm, 2007a, 2007b) und in Summe auf deren gute Eignung zur Erklärung der Modellierung von Emotionen im Rezeptionskontext hingewiesen (Fahr, 2006). Tan (1996), Smith (2003), Eder (2005, 2007, 2009), Wuss (2009) und Hackenberg (2004) verbinden die Appraisal-Theorien mit filmtheoretischen Ansätzen. Für Mangold et al. (2001, S. 178) ist die Anwendung der Einschätzungstheorien „vielversprechend“, da sie neben der guten Vorhersagegenauigkeit der einzelnen Emotionen auch das gleichzeitige Aufkommen von negativen und positiven Emotionen (charakteristisch für Rezeptionssituationen im Gegensatz zu realen Situationen), auch beobachtete Affektverläufe während der Rezeptionssituation („Radarmodell“) und interindividuelle Unterschiede in der affektiven Reagibilität (unterschiedliche Nutzungsmotive und/oder unterschiedliche Situationsbewertungen) erklären können (siehe Kapitel „Besonderheiten medieninduzierter Emotionen inklusive Empathie und situationaler Referenz“).

Mangold et al. (2001) analysierten die Nachrichtenrezeption in Bezugnahme auf Scherers Appraisal-Theorie. Die Einschätzungsdimensionen Neuartigkeit, Angenehmheit, Bezug zu eigenen Zielen, Bewältigbarkeit und Normverträglichkeit wurden auf medial vermittelte Situationen angewendet. Damit wurden die von Scherer entwickelten Bewertungsmuster, die in realen Situationen zu den jeweiligen Emotionen führen, auf

Nachrichtensendungen bezogen. Die Nachrichtensendungen enthielten keine oder verschiedene Arten von Gewalt (nicht-intentionale, intentionale) und es zeigte sich eine „gute Übereinstimmung“ (ebenda, S. 178) zwischen den theoretisch vorhergesagten und den mit Hilfe eines Emotionsfragebogens gemessenen Emotionen.

Auch Unz et al. (2002) beschäftigten sich mit den emotionalen Prozessen bei der Rezeption von gewaltdarstellenden Nachrichten. Dabei beziehen sich die Autoren auch auf das „Component Process Model“ bzw. auf das „Stimulus Evaluation Check Model“ von Scherer. Szenen mit vorsätzlicher Gewalt wurden von SchülerInnen im Vergleich zu gewaltlosen Ereignissen „als weniger angenehm, als dringlicher, weniger bewältigbar und weniger mit externen Normen vereinbar, eingeschätzt. Die Versuchspersonen empfinden bei der Rezeption weniger Freude, mehr Trauer, mehr Ekel, mehr Wut, mehr Verachtung und mehr Angst“ (ebenda, S. 103). Die Art der Gewalt (vorsätzlicher vs. nicht-intentionaler Gewalt) spielte für die Bewertung der RezipientInnen eine wesentliche Rolle. Die untersuchten Emotionen wurden folgenden typischen Nachrichten zugeordnet: Freude und Überraschung wurden von Nachrichten ausgelöst, die als neu, angenehm und eher unwichtig eingestuft werden (Berichte ohne Gewalt wie z.B. über „Messies“, gelungene Hand-Transplantationen, Hotdog-Wettessen), Angst und Trauer durch Berichte, die als eher unangenehm, wichtig, aber auch als zufällig und wenig kontrollierbar eingeschätzt werden (Naturkatastrophen wie z. B. Vulkanausbruch oder Erdrutsch) und Wut, Ekel und Verachtung durch Nachrichten, die als eher unangenehm, wichtig und dringlich, von anderen Personen ausgelöst, nicht zufällig, aber eher kontrollierbar eingestuft werden (Beiträge mit vorsätzlicher Gewalt wie z.B. Menschenrechtsverletzungen, Elternmord, Tierfallen, Abschlachten von Haien).

Unz et al. (2003) wenden Scherers Appraisal-Theorie auf die Nachrichtenrezeption von Jugendlichen (SchülerInnen der achten und neunten Klasse) an. Dabei wurden unterschiedliche Nachrichten-Nutzungmotive mit verschiedenen emotionalen Reaktionen auf gewalthaltige und gewaltfreie Fernsehnachrichten in Zusammenhang gebracht. Es wurde also untersucht, ob die verschiedenen SeherInnengruppen mit unterschiedlichen Nutzungsmotiven verschiedene Appraisal-Schritte vornehmen. Die dabei gebildeten RezipientInnengruppen („Informationsseher“, „Unterhaltungsseher“, „Nachrichten-Fans“, „unspezifische Nachrichtenrezipienten“ und „Nachrichtenvermeider“) unterschieden sich hinsichtlich ihrer Einschätzungsmuster auf Basis des Komponenten-Modell von Scherer. Die Nachrichten-Nutzungsmotive wirken sich demnach auf die emotionalen Reaktionen aus; z.B. empfinden die Nachrichtenvermeider weniger negative Gefühle bei gewaltdarstellenden Nachrichten als Nachrichten-Fans, Nachrichtenvermeider bewerteten die Neuheit der Nachrichten höher als anderer Gruppen und ihre eigene Handlungsmacht geringer als Nachrichten-Fans. Unz et al. (ebenda, S. 313)

sprechen bei der emotionalen Attribution in Abhängigkeit von den Nutzungsmotiven von „audience framing“ bzw. „personal emotional framing“.

Auch Unz (2007) kombiniert Scherers Appraisal-Theorie mit „Framing-Effekten“ bei der Nachrichtenrezeption und folgert, dass die Art der Berichterstattung unterschiedliche „Relevanzzuschreibungen, Ursachenvermutungen und Verantwortlichkeiten“ (ebenda, S. 250) nahelegt, also die den Emotionen zugrundeliegenden Bewertungsschritte durch inhaltliche und formale Elemente beeinflusst werden bzw. den RezipientInnen als Hinweisreize für eine emotionale Einordnung der (Nachrichten-) Situation dienen.

Mangold (2001) bezieht sich ebenfalls auf die Emotionstheorie von Scherer (1993, 1994, 1997) mit den Situationsmerkmalen Neuartigkeit, Ziel-Bedürfnis-Bezug, Angenehmheit, Bewältigbarkeit und Normverträglichkeit und betont, dass für die Erklärung medieninduzierter Emotionen kognitive Bewertungstheorien geeigneter sind als evolutionstheoretische, da sie die Reaktionen des Organismus von der emotionsauslösenden Situation „entkoppeln“ und „ihm die Gelegenheit zur Wiederbewertung der situativen Gegebenheiten“ (Mangold, 2001, S. 404) einräumen. Da nach der Emotionstheorie von Scherer (1993) weder mehrfache Emotionen, noch graduelle Abstufungen der Emotionsintensität vorhergesagt werden können, entwickelte Mangold (2000) auf der Basis der Emotionstheorie von Scherer ein Gradientenmodell, das die Intensität einer Emotion als Abweichung der aktuellen Situationsbeschreibung von der prototypischen, emotionsauslösenden Situation zu erklären versucht.

Früh (2002) bezieht sich bei der Entwicklung seiner „molaren“ Theorie der Unterhaltung (siehe Kapitel „Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie“) auch auf Scherers Appraisal-Theorie. In Abgrenzung zu Schachter und Singers Zweifaktoren-Theorie, in der allgemeine Erregung kognitiv bewertet wird, betont Früh:

> Emotionen und damit auch Unterhaltung sind nur im Kontext informationsverarbeitender Prozesse zu verstehen, deren integraler Bestandteil sie sind. Ihre isolierte Betrachtung ist nur eine perspektivische Abstraktion. Tatsächlich sind Kognition und Emotion untrennbar >ineinander verzahnt<, was wir einfacher als Transaktion bezeichnen können (ebenda, S. 117).

In seiner Theorie verbindet er personale, mediale und soziale Faktoren. Unterhaltung ist im Sinne von Früh eine Makroemotion, die sich aus den Emotionen auf der Mikroebene (inhaltsbezogene spezifische Emotionen) ergibt. Die Appraisal-Theorien werden sowohl auf die inhaltsbezogene, aber auch auf die übergeordnete Ebene (kognitive Kontrollprozesse der Rezeptionssituation an sich) angewendet. Durch die Trennung von Mikro- und Makroebene kann Früh paradoxe Unterhaltungsphänomene (z.B.

inhaltsbezogene negative Emotionen im Kontext der positiven Emotion Unterhaltung) durch unterschiedliche Bewertungsebenen erklären: „Während auf der Mikroebene alle denkbaren spezifischen Emotionen positiver wie negativer Art erlebt werden können, findet das Unterhaltungserleben parallel dazu als tendenziell positive Emotion auf der Metaebene statt“ (ebenda, S. 87). Bei motivierter Unterhaltungsrezeption geht Früh (ebenda, S. 166) von „Vor-Emotionen“ bzw. von Wahrnehmungshypothesen bzw. von Vorfreude aus. Diese emotionale Erwartungshaltung wird dann während der Rezeption auf Basis der Mikroebene (emotionsevozierende Inhalte, Szenen, mediale Situationen) geprüft und trägt zum emotionalen Erleben auf der Makroebene (in Sinne der gesuchten Emotion Unterhaltung) bei. Die individuelle Lesart kann sich auf autobiografische (individuelle Erlebnisse oder Assoziationen), sachlich-systematische (Schlussfolgerungen), zeitlich-systematische (Einordnen in einen zeitlicher Kontext) und wertend-kommentierende (Bewertung der Rezeptionssituation aus der Metadistanz) „Elaborationen und Kommentierungen“ (ebenda, S. 167) beziehen. Die Bewertung auf Metaebene kann sich auf gegenstandsimmanente (z.B. Gestaltung oder Genre) und auf gegenstandsexterne Aspekte beziehen. Gegenstandsexterne Ziele aus Sicht der RezipientInnen können z.B. „Identitätsarbeit“ (ebenda, S. 168) betreffen. Damit sind soziale Vergleichsprozesse oder Bestätigungen eigener Wertprinzipien oder Vorurteile gemeint:

> Dann schreibt der Rezipient dem Beitrag bzw. der rezeptiven Auseinandersetzung mit ihm aus der Distanz der Metaebene eine Funktion für die eigene Person zu. Dies wird vermutlich meist unbewusst geschehen, kann aber auch als manifeste >Kommentierung< erfolgen. Die Selbstbestätigung bzw. Genugtuung, die man aus diesen elaborierten Erfahrungen gewinnt, ist die positive Emotion, welche das Ganze angenehm und unterhaltsam erscheinen lässt. (ebenda, S. 169)

Unz et al. (2006) untersuchten im Kontext der Unterhaltungsforschung die emotionale Verarbeitung eines Vorabend-TV-Boulevardmagazins und sprechen von Unterhaltungserleben als „emotionales Planspiel“ (ebenda, S. 228). Als theoretischer Kontext wird auch hier das Komponentenmodell von Scherer (u.a. 2001a, 2001b) herangezogen. Das mimische Ausdrucksverhalten wurde während der Rezeption aufgezeichnet und mittels des „Emotional Facing Action Coding Systems“ von Ekman (u.a. 1988) kodiert. Die kodierten „Action Units“ wurden bestimmten Emotionen bzw. Appraisal-Prozessen zugeordnet. Dabei wurden nicht-zufällige, zeitlich strukturierte Muster der Mimik festgestellt, die mit inhaltlichen und formalen Aspekten des Medienstimulus in Zusammenhang standen („Media Mediated Patterns“). Allgemein wurden mimische

Muster als Indikatoren für kognitive Appraisal-Sequenzen („Emotional Processing Patterns“) interpretiert und im Sinne der Einschätzungsdimensionen von Scherer mit Bewertungen des Medienstimulus hinsichtlich Neuheit, Angenehmheit, Dringlichkeit und Bewältigungsvermögen in Verbindung gebracht.

Winterhoff-Spurk (1999, 2004) spricht sich für die Anwendung der Appraisal-Theorien (Scherer und Frijda) für das emotionale Medienerleben deswegen aus, da mit ihnen die psychologische Nähe, bzw. realitätsnahes Erleben medienvermittelter Emotionen theoretisch erfasst ist: „Medien können durch Sprache, Ton und Bild realitäts- und ich-nahe Eindrücke beim Rezipienten evozieren, deren Intensität beim Kinofilm auch über die Alltagsrealität hinausgehen kann“ (Winterhoff-Spurk, 2004, S. 71). Die vier Bewertungsschritte „Relevanz, Implikationen, Bewältigungsfähigkeit und Normverträglichkeit“ von Scherer (2001b) werden dabei auf die TV-Rezeption angewandt bzw. zur Erklärung von Unterhaltung verwendet (Winterhoff-Spurk, 2004, S. 170ff.). Anhand des „stimulus evaluation check“-Modells von Scherer werden die allgemeinen Bewertungsschritte auf das RezipientInnenverhalten angelegt: Die Überprüfung der Relevanz betrifft die Neuartigkeit, Plötzlichkeit, Vertrautheit und Vorhersagbarkeit eines Ereignisses. Auf neuartige Reize reagieren die RezipientInnen mit erhöhter Aufmerksamkeit. Angenehme Reize führen zu Zuwendung und unangenehme Reize zu Vermeidungsverhalten. Die Bewertung des Zielbezugs („goal relevance“) betrifft „den Bezug des Ereignisses oder der Situation zu den Zielen, Bedürfnissen oder Idealen des Individuums“ (ebenda, S. 171). Bei der Bewertung der Implikationen wird die Ursache eines Ereignisses überprüft (wer oder was), die Motive der Handlung, die Belohnungswahrscheinlichkeit, die Übereinstimmung mit den subjektiven Erwartungen, die Zweckdienlichkeit und die Dringlichkeit. Im nächsten Bewertungsschritt wird die eigene Bewältigungsfähigkeit bewertet, also die Kontrollmöglichkeiten bzw. das eigene Machtpotenzial und eigene Anpassungsfähigkeiten an das Ereignis. Abschließend wird die Normverträglichkeit hinsichtlich externer und interner Normen bewertet. Für das Unterhaltungserleben stellt Winterhoff-Spurk damit analog zum ersten Bewertungsschritt von Scherer (Relevanz) Neuartigkeit und Angenehmheit als relevante Bewertungen fest. Dazu kommt die Überprüfung der Normverträglichkeit (Scherers vierter Bewertungsschritt; also die Übereinstimmung mit Einstellungen, Werten und Normen). Die beiden Bewertungsschritte der Implikationen und der Bewältigungsfähigkeit erachtet Winterhoff-Spurk in der Rezeptionssituation als irrelevant, da alltägliche Ziele der RezipientInnen und deren Coping-Strategien durch die Medienangebote nicht direkt gefordert sind. Auch können die RezipientInnen die Rezeptionssituation durch Zu- oder Abwendung kontrollieren:

> Unterhalten als Folge von Medienrezeption fühlt sich ein Individuum nach unseren Überlegungen also insbesondere dann, wenn es neuartige Informationen rezipiert, die im Allgemeinen keine oder nur geringe Bezüge zu seinen alltäglichen, lebensweltlichen Zielen, Bedürfnissen oder Idealen haben, hinsichtlich seiner Bewältigungsfähigkeiten weitgehend irrelevant sind und mit seinen Normen und Werten übereinstimmen. Diese Informationen sollten grundsätzlich als angenehm erlebt werden, unangenehme Inhalte können vom Individuum durch variables „ego-involvement“ zu letztlich wiederum unterhaltenden Angstlust-Erlebnissen konvertiert werden. (ebenda, S. 173)

Im Sinne der vorliegenden Arbeit könnte man die Überlegungen von Winterhoff-Spurk auf den Bewertungsschritt der Implikationen und dabei vor allem auf die Belohnungswahrscheinlichkeit und die Übereinstimmung mit den subjektiven Erwartungen erweitern. Die (emotionalen) Genre-Erwartungen bzw. die damit verbundenen wahrscheinlichen (emotionalen) Belohnungen sollten nicht außer Acht gelassen werden. Ebenso könnte der Bewertungsschritt der Bewältigungsfähigkeit eine wesentliche Rolle bei der Medienzuwendung spielen, da hier gleichfalls die (emotionale) Bewältigbarkeit des Medienreizes einzubeziehen ist. Die Selektion von Horror- Action-, Thriller oder auch Liebesdramen bedeuten ein sich Einlassen auf (erwartete) Emotionen, die ihrerseits für die Zuwendungsentscheidung wesentlich sind. Auch ist im Sinne der vorliegenden Arbeit zu hinterfragen, ob Unterhaltung wirklich vor allem abseits von „alltäglichen, lebensweltlichen Zielen, Bedürfnissen oder Idealen“ der RezipientInnen funktioniert. Stellvertretende Lösung von symbolhaften Konflikten oder anderer alltagsrelevanten Problemen bzw. kompensierende Medieninhalte sind für die Zuwendung des Publikums genauso einzubeziehen (siehe Kapitel „Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie“).

Schwab (2001) verweist grundlegend auf den allgemeinen Charakter der Appraisal-Theorien und wendet sie auf die unterhaltende Medienrezeption an. Dabei geht Schwab von den schon oben genannten Bewertungsschritten (Neuartigkeit, hedonistische Qualität, Einbettung in Handlungspläne, Bewältigbarkeit und Normverträglichkeit) des „stimulation evaluation check“-Modells von Scherer (1998) aus. Unterhaltung wird demnach bei neuartigen Angeboten in Kombination mit Angenehmheit und von übereinstimmenden Normen und Einstellungen erlebt (RezipientInnen mit Medienakteuren). Die Dimension Relevanz hinsichtlich lebensweltlicher Ziele und Bewältigungsfähigkeit wird hinsichtlich des Unterhaltungserlebens in einem mittleren Bereich verortet, da zu hohe Relevanz negative Emotionen und zu geringe Relevanz Langeweile evozieren kann. Damit nimmt Schwab (2001) an, dass von den RezipientInnen zum Unterhal-

tungserleben nicht die maximal möglichen Emotionsauslöser gesucht werden, sondern verträgliche Dosen von interessierenden Inhalten. Im Sinne der vorliegenden Arbeit kann man von einer Verbindung zwischen lebensweltlichen Zielen und gesuchten Mediensituationen in einem verträglichen Ausmaß sprechen, die u.a. zwar die symbolische Bearbeitung des Themas zulassen, aber nicht lineare Darstellungen von alltäglich belastenden Situationen bzw. Emotionen sind.

Nach dem Emotionsgesetz „law of apparent reality“ von Frijda (1998, S. 275) werden Emotionen vor allem dann intensiv erlebt, wenn die auslösenden Situationen als real erlebt werden. „Emotions are elicited by events appraised as real, and their intensity corresponds to the degree to which this is the case“ (Frijda, 1998, S. 275). Brosius (2003, S. 82) wendet dieses „Gesetz der scheinbaren Realität“ auf die Medienrezeption an, da die medienvermittelten Emotionen umso stärker erlebt werden, „je realitätsnäher die Situation, auf die sie sich beziehen, den Menschen erscheint“. Also muss die Mediensituation einerseits eine gewisse Realitätsnähe innehaben, damit sie zu intensiven Mediengefühlen führen kann, allerdings darf sie tendenziell keine lineare Abbildung von negativen Alltagserfahrungen sein, um das Publikum zu unterhalten bzw. die Metaemotion Unterhaltung zu evozieren. In diesem Sinne ist Frijdas Emotionsgesetz der scheinbaren Realität für Brosius im Zusammenspiel mit anderen kommunikationswissenschaftlichen Theorien (z.B. der Kultivierungshypothese) gut geeignet, um zu prognostizieren, wie die wahrgenommene Realitätsnähe die Stärke der (Medien-) Emotionen beeinflusst.

Im Rahmen der Persuasionsforschung und bezugnehmend auf die kognitive Emotionstheorien (u.a. Arnold, 1960; Frijda, 1986; Ortony et al., 1988) untersuchte Naby (1999, 2002, 2003) die Auswirkungen von diskreten Emotionen auf Aufmerksamkeit, Informationsverarbeitung, Einstellungsänderungen und Gedächtnisleistung. Naby (1999) beschäftigte sich mit Vermeidungstendenzen hinsichtlich der Medienbotschaften durch negative Emotionen wie Angst, Wut, Ekel und Trauer. Dabei kommt es bei erwartetem Informationsgewinn im Sinne des „Kernthemas“ einer Emotion (Lazarus, 1991) zu einer aufmerksameren Zuwendung zu den Beiträgen, bzw. zu einer Informationsverarbeitung auf höherem Niveau, als wenn kein Informationsgewinn erwartet wird. In einem Experiment (Naby, 2003) werden die „Framing“-Funktionen der Emotionen untersucht. Dabei wird die Zuwendung zu Informationen durch zuvor evozierte Emotionen beeinflusst. Bei StudentInnen wurden die Emotionen Ärger und Angst durch Imagination von Ärger oder Angst auslösenden Situationen herbeigeführt. Anschließend wurden verschiedene Themen zur Auswahl für weitere Informationen vorgelegt, die mit den beiden zuvor ausgelösten Emotionen assoziiert waren; aber auch neutrale Themen. Dabei zeigte sich, dass jene Versuchspersonen, bei denen zuvor Ärger aus-

gelöst wurde, ein starkes Bedürfnis nach Informationen über Vergeltungsmaßnahmen hatten. Bei jenen ProbandInnen, bei welchen Angst ausgelöst wurde, waren danach an Informationen über Schutzmöglichkeiten interessiert. Damit stehen die Funktionen der Emotionen im Sinne von Handlungstendenzen im Fokus. Informationen, die zu einem Kernthema einer zuvor ausgelösten Emotion passen, werden selektiv rezipiert.

Tan (1996) verbindet die kognitive Emotionstheorie von Frijda (1986) mit Theorien der filmischen Narration (Bordwell, 1985, siehe Kapitel „Besonderheiten medieninduzierter Emotionen“). Das Erlebnis des Spannungsaufbaus und dessen Auflösung wird zum primären Ziel des Publikums: „The most important motive for viewing feature films may well be of an affective nature. The most important primary motivation lies in the expectation of undergoing a highly specific emotional experience“ (Tan, 1996, S. 35). Dabei verwendet Tan auch den Begriff des “Involvements” als intervenierende Variable im Sinne des Uses-and-Gratifications-Approaches: „The more importance the viewer attaches to a particular theme, the more effectively it can be used in a film story to create and ultimately resolve tension“ (ebenda, S. 39). Damit wird das Involvement bzw. das psychologische Betroffensein der RezipientInnen für ein bestimmtes Thema zum Auswahlkriterium eines bestimmten Films, bzw. ermöglicht erst die emotionale Wirkung der filmisch erzählten Geschichte. Im Sinne der vorliegenden Arbeit kann man davon sprechen, dass vor allem auf Basis der relevanten Themen, die aus dem realen Leben der Personen entstehen, die Basis für ein emotional involvierendes Filmerleben darstellen. Dabei geht Tan (1996, S. 39) davon aus, dass FilmrezipientInnen die Emotionen „as intensely and as abundantly as possible, within the safe margins of guided fantasy and a closed episode“ erleben wollen. Filme beinhalten eine hohe Konzentration an emotionalen Stimuli und die jeweiligen Handlungsdrehungen verändern die Bewertungen der dargestellten Situationen, was zu veränderten und vermischten emotionalen Reaktionen führt. Je dramatischer die narrative Wendung im Film, desto stärker fällt die emotionale Reaktion aus. In einer ausgeglichenen Situation werden kaum Emotionen geweckt. Erst durch dramatische Veränderungen werden Emotionen wie Traurigkeit, Mitleid, Ärger oder zukunftsbezogene Emotionen wie Angst oder Hoffnung für Verbesserungen der Situationen ausgelöst. Eine Filmhandlung besteht demnach aus einer fortwährenden Veränderung und Mischung von Emotionen seitens des Publikums.

Appraisal-Theorien fanden auch Einzug in die Filmwissenschaften, bei denen z.B. davon ausgegangen wird, dass Genreerwartungen mit unterschiedlichen Bewertungsmustern beim Publikum assoziiert sind (Wuss, 2009). Tan & Frijda (1999) beschäftigen sich beispielsweise mit Trauer bei der Filmrezeption von fiktionalen Filmen (u.a. Pocahontas, 1995). Dabei wird im Sinne der kognitiven Emotionstheorien die er-

lebte Trauer bei der Spielfilmrezeption durch das Erleben eines endgültigen Endstatus ausgelöst, bei dem die RezipientInnen in einem hilflosen Zustand sind. U.a. aufbauend auf den Arbeiten von Tan, Carroll (1999) und Grodal (1997), die Filmemotionen vor allem über das Nachvollziehen der Ziele der ProtagonistInnen (in Bezug auf kognitionspsychologische Theorien) erklären, definiert Smith (2003) in seinem „mood-cue approach to filmic emotion“ zusätzlich formale Elemente als emotionalisierende Hinweisreize. „The mood-cue approach suggests that early moments in a film alert us to crucial patterns in shaping our emotional response, and those patterns can be character oriented or stylistic“ (ebenda, S. 80). Damit sind Emotionen der RezipientInnen nicht nur im Sinne der Appraisal-Theorien durch das empathische Nachvollziehen von Zielen oder Problemen bzw. Situationen der Protagonisten bzw. rollen- und handlungsabhängig zu erklären, sondern auch über filmisch-formale Hinweise. Smith geht dabei von einem „associative network model“ der Emotionen aus. Assoziative Verbindungen bestehen zu allen Elementen von Emotionen und können über verschiedene Wege erreicht werden:

> In my model, the various components of the emotion system are connected by a serie of associative links. Emotions … are tied to particular thoughts and memories as well as patterns of physiological reactions. Conscious cognitions …, autonomic and central nervous system patterns, action tendencies, vocalizations, and facial patterns are all interrelated. (ebenda, S. 29)

Smith geht davon aus, dass jeder Film anfänglich eine bestimmte Stimmung („mood“) etabliert und diese (länger anhaltende Stimmung) durch (kürzere) emotionale Hinweise („cues“) bestätigt werden, bzw. dass die Stimmung die Wahrnehmung und die Interpretation nachfolgender emotionaler Szenen beeinflusst:

> A mood is a preparatory state in which one is seeking an opportunity to express a particular emotion or emotion set. Moods are expectancies that we are about to have a particular emotion, than we will encounter cues that will elicit particular emotions. These expectancies orient us toward our situation, encouraging us to evaluate the environment in mood-congruent fashion. (ebenda, S. 38)

Die Aufgabe der „emotion cues“ ist es also, eine „dominant emotional orientation“ zu etablieren und in weiterer Folge aufrechtzuerhalten. Dabei interagieren die „cues“ mit gelernten „genre microscrips“, die prototypische Hinweise auf die intendierte emotionale Ausrichtung des Films bieten. Die Stimmung wirkt sich auf die Wahrnehmung und Interpretation von Hinweisen (Situationen, aber auch formale Mittel) aus und diese „cues“ wirken sich wiederum auf die generelle Stimmung aus:

> Once that mood is created, it has a tendency to sustain itself. A mood is not entirely self-perpetuating, however. If we do not find any opportunities to experience these brief emotions, our particular mood will erode and change to another predispositionary state. (ebenda, S. 43)

Um die Grundstimmung aufrechtzuerhalten, sollten die „emotion cues“ zu der allgemeinen Filmstimmung kongruent sein. Obwohl Smith sich auf Stimmungen bezieht, die bei der Filmrezeption selbst evoziert werden, können Stimmungen aber auch generell auf die prärezeptive Situation, also auf die Erwartungen bezüglich eines bestimmten Genres, erweitert werden. Hinweisreize können dann ein Plakat oder Trailer sein, oder Assoziationen der RezipientInnen mit eigenen Vorerfahrungen mit ähnlichen Filmen, Filmtiteln oder Schauspielern. Die etablierte Stimmung der RezipientInnen muss im Sinne der Genre-Erwartung aber immer wieder durch emotionale Elemente aufgeladen werden, damit die Stimmung über den Rezeptionsprozess aufrechterhalten wird: „It requires occasional moments of strong emotion to maintain the mood“ (ebenda, S. 43). Smith unterscheidet in „emotion cues“ als kleinste Einheit (narrative Situation, Mimik, Gestik, Musik, Staging, Geräusche, Montage, Lichtsetzung, Kamera-arbeit), die sich in „emotion markers” oder „narrative obstacles“ zusammenfassen lassen (dramaturgische Einheiten wie Figuren oder Problemstellungen). Während der Filmrezeption werden „narrational-emotional scripts“ (ebenda, S. 87) bei den RezipientInnen aufgerufen. Diese generellen (emotionalen) Erwartungen an die Medienprodukte hängen von den bisherigen Medien-, Genre- und Sozialisationserfahrungen der RezipientInnen ab. Weiters unterscheidet Smith in „low-level“ und „high-level emotion processes“, und beschreibt damit den Unterschied von Erschrecken oder Orientierungsreflexen (Reaktion auf laute Geräusche, Spinnen etc.) und emotionale Reaktion auf handlungs- oder personenspezifische Konstellationen. Die Unterscheidung in „feeling with“ und „feeling for“ lässt sich mit kognitiven Emotionstheorien gut vereinbaren, da dabei unterschiedliche Beobachtungsperspektiven gemeint sind. Einmal geht es um ein emotionales Nachvollziehen aus der Perspektive der Protagonisten und im anderen Fall um ein Nachvollziehen aus der Beobachtungsperspektive.

In einem Analysemodell filmischer Affektlenkung für den Spielfilm verbindet Eder (2005, 2007) filmwissenschaftliche Analysen u.a. mit kognitiven Emotionstheorien. Seine Theorie besteht aus drei Ebenen: Eine Systematik der Filmstrukturen auf Basis der Filmwissenschaften bezüglich der dargestellten Welt (Figuren, Schauplätze, Handlungen, etc.), der formalen Strukturen (Handlungsdramaturgie, Perspektive, etc.) und des Einsatzes der filmischen Mittel (Bild, Ton, Musik, Montage, etc.) wird über „Brückenhypothesen“ (Eder, 2005, S. 111) mit einer Systematik der affektiven Reaktio-

nen auf Seiten der RezipientInnen in Beziehung gesetzt. Dabei bezieht sich Eder bezüglich der Unterscheidung in „Fiktionsemotionen“ und „Artefaktemotionen“ (ebenda, S. 113) auf Tan (1996) und hinsichtlich der Unterscheidung von Sympathie und Empathie auf Smith (1995) und Wulff (2001). Fiktionsemotionen werden durch die Bewertung der filmisch dargestellten Welt und die Artefaktemotionen von der Art und Weise der filmischen Darstellung ausgelöst. Die Fiktions- und Artefaktemotionen können sich gegenseitig verstärken, aber auch gegenläufig agieren. Die Bewertung der Eigenschaften einer Filmfigur löst Sympathie oder Antipathie aus. Damit ist die relativ distanzierte Beobachterperspektive gemeint, die sich von einem Fühlen mit der Figur, von Empathie, einem Übernehmen der affektiven Perspektive der filmischen Figur, unterscheidet. Die beiden Bereiche, also die Medien- und die RezipientInnenseite wird durch „Brückenhypothesen“ verbunden. Es wird versucht, das komplexe Verhältnis zwischen Filmstrukturen und emotionaler ZuschauerInnenreaktionen zu systematisieren. Dabei geht Eder von „evolutionspsychologischen Reaktionstendenzen“, von „soziokulturellen Emotionsregeln“, von gesamtgesellschaftlichen, aber auch von „in bestimmten Milieus und Subkulturen verbreiteten Wissensbestände und affektiven Einstellungen“, sowie von individuellen Affektreaktionen, die „in Bezug auf individuelle Erfahrungen einer spezifischen Lebensgeschichte bedeutsam werden“ (Eder, 2005, S. 119) aus. Anschließend an die oben genannten Überlegungen postuliert Eder (2009) ein „integratives Modell der Anteilnahme an Filmfiguren“, das ebenfalls kognitionspsychologische Aspekte beinhaltet: „Emotionen zeichnen sich dadurch aus, dass sie auf einen bestimmten Sachverhalt oder Gegenstand, zum Beispiel eine Figur, gerichtet sind und eine kognitive Komponente haben: Ich fürchte mich vor Freddy Krueger, weil ich mir vorstelle, dass er gefährlich ist“ (ebenda, S. 227). Eder unterscheidet in ausgedrückte Gefühle der FilmemacherInnen, in dargestellte Gefühle der Filmfiguren, den erzeugten und den intendierten Gefühlen beim Publikum. In der Rezeptionssituation interagieren drei Gruppen affektiver Phänomene: Empfindungen (z.B. Schwindel, Übelkeit, Hunger) mit Stimmungen (z.B. unbestimmte Traurigkeit oder Euphorie) und mit Emotionen (z.B. Furcht vor etwas oder Liebe zu jemand). Die Filmfiguren selbst sind eingebettet in das „affektive Feld“ des Films, womit alle affektiven Phänomene beim Zuschauer gemeint sind, die ein Film überhaupt aktivieren kann: Durch Figuren, Figurenkonstellationen, Situationen, Handlungen, Ereignisse, formale und dramaturgische Gestaltungsmittel (ebenda, S. 228). Eder stellt in seinem „integrativen Modell der Anteilnahme an Filmfiguren“ aber auch den Bezug zur realen Lebenssituation der RezipientInnen her:

> Die Gefühle der Zuschauer werden dabei durch das Wissen um fiktionale Rahmung und narrative Konventionen, durch Star-Images, Genre und Darstellungsweise des Films tiefgreifend beeinflusst, sie unterscheiden sich von alltäg-

> lichen Gefühlen. Dennoch bleiben sie in der Lebenswelt der Zuschauer fundiert. Der Reaktion auf Figuren liegen mentale Schemata, affektive Einstellungen und Eigendynamiken der sozialen Wahrnehmung zu Grunde, die zum Teil angeboren sind oder sich in der Alltagssozialisation herausgebildet haben. Man reagiert auf Figuren deshalb in vieler Hinsicht ähnlich wie auf reale Wesen. Das Wissen, dass es sich bei ihnen um künstliche Konstrukte handelt, kann bei der Filmwahrnehmung in den Bewusstseinshintergrund treten, wenn es nicht durch eine auffällige Darstellungsweise aktiviert wird. (ebenda, S. 233)

Da für Eder, die Figur das „Epizentrum“ der Gefühle ist (ebenda, S. 234), sind vor allem zwei wesentliche Schritte zu unterscheiden, wie figurenbezogene Fiktionsaffekte beim Publikum entstehen können: durch die Bewertung der Eigenschaften der Figuren und durch den Nachvollzug der Affekte in den unterschiedlichen Situationen der Filmfiguren (Empathie). Bei der Bewertung der Figuren-Eigenschaften unterscheidet Eder in angeborene Auslöser (evolutionsbezogen, Gefahren- oder Krankheitssignale, Feind-, Kindchen- oder Partnerschemata), kognitiv höherstufige Urteile (soziokulturell, gesellschaftliche Normen und Werte; moralische, ästhetische oder intellektuelle Bewertung) und rezipientInnenbezogene Wünsche, Ängste oder Begehren (Basis in der individuellen Sozialisation). Dieser dritte Aspekt der möglichen Affektauslöser muss natürlich nicht mit gesellschaftlichen Normen korrelieren, sondern kann auch aus individuell gegenläufigen Tendenzen bzw. Erfahrungen entspringen: „Oft werden sie auf dem Umweg über Assoziationen und Erinnerungen aktiviert, die Eigenschaften der Figur mit dem Zuschauer selbst, seinen Verwandten, Freunden oder Feinden verbinden“ (ebenda, S. 235). Durch die Beobachtung der Filmfigur entstehen situationsübergreifende Dispositionen der Figur gegenüber wie Sympathie und Antipathie, die dann wieder die „Affekthaltung“ (ebenda, S. 236) der RezipientInnen den Medienfiguren gegenüber beeinflussen und den emotionalen Beurteilungskontext bilden.

3.6 Zusammenfassung und Implikationen

Die Verbindung von kognitiven Emotionstheorien mit der strukturanalytischen Rezeptionsforschung kann theoretisch wertvolle Dienste zur Analyse des RezipientInnenhandelns leisten. Zwar wurden die beiden Ansätze in der Vergangenheit nicht explizit miteinander angewandt, allerdings lassen sich in vielen medienpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Theorien und Studien Indizien für die Sinnhaftigkeit der Integration der beiden Ansätze finden. Damit soll die wesentliche Argumentationslinie der vorliegenden Arbeit gestützt und in einen adäquaten Theorierahmen eingegliedert werden. Es wird demzufolge argumentiert, dass die Medienzuwendung

abhängig von relevanten bzw. handlungsleitenden Themen ist, die ihrerseits wiederum im Alltag der RezipientInnen fundiert sind. Die handlungsleitenden Themen beeinflussen die Bewertungen der Medieninhalte und damit die emotionalen Reaktionen während der Rezeption.

Aus den kognitiven Emotionstheorien ergeben sich im Wesentlichen die folgenden Erkenntnisse: Grundsätzlich können nur relevante Stimuli Emotionen auslösen. In Beziehung auf Rezeptionsprozesse stellt sich die Frage, welche Inhalte als relevant eingestuft werden können. Wenn es keine relevanten Medieninhalte gäbe, könnten Medien auch keine Emotionen evozieren. Das wesentlichste Postulat der Appraisal-Theorien ist, dass Emotionen Bewertungen zugrundeliegen. Da damit keine direkte Reiz-Reaktions-Wirkung angenommen werden kann, können objektiv gleiche Medienreize unterschiedlich interpretiert und bewertet werden, was in weiterer Folge zu unterschiedlichen emotionalen Reaktionen führen kann. Basis sind immer die subjektiven Bewertungen der RezipientInnen, die mit deren Relevanzstrukturen (u.a. Bedürfnisse und Ziele) in Verbindung stehen. Daher stellt sich grundsätzlich die Frage nach den allgemein relevanten Themen im Alltag der RezipientInnen und deren Einfluss auf die Bewertungen von Mediensituationen, -personen und -objekten.

Unter Einbeziehung des Symbolischen Interaktionismus und von Handlungstheorien beschreibt der Nutzenansatz Medienselektionsprozesse als intentionales Handeln. Medieninhalte werden demnach symbolisch aus dem individuellen Bezugsrahmen der RezipientInnen heraus genützt, was sich wiederum auf deren Bewertung auswirkt. Dabei ist die Trennung von eskapistischen und realitätsbezogenen Inhalten nicht zielführend, da dadurch die Nutzungsperspektive vernachlässigt wird.

Die strukturanalytische Rezeptionsforschung beschreibt RezipientInnen vor allem als Menschen, die ihr Leben zu bewältigen haben. Demzufolge werden auch Medien zur Alltagsbewältigung genützt. Alltagsrelevante Themen wirken sich so auf die Mediennutzung aus. Diese Themen ergeben sich aus der Bedürfnislage und der Lebenssituation der RezipientInnen. Die „handlungsleitenden Themen“ oder „Lebensthemen“ steuern die Wahrnehmung, Interpretation und Verarbeitung u.a. des Medienangebots bzw. die Selektionsprozesse. Die RezipientInnen suchen nach symbolischer Repräsentanz ihrer handlungsleitenden Themen. Die Medieninhalte werden mit „thematischer Voreingenommenheit“ angeeignet und zur Auseinandersetzung mit zentralen Fragen der Identität und Lebensführung genützt. Emotionale Reaktionen sollten demnach auf Medieninhalte folgen, die mit relevanten Themen in Verbindung stehen.

Die Durchsicht der wesentlichen medienpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten auf die oben genannten Zusammenhänge zeigt, dass in mehreren Ansätzen Indizien für eine sinnvolle Verbindung zwischen alltagsrelevanten

Themen, davon abhängigen Bewertungen und damit verbundener Medienzuwendung, vorhanden sind.

Emotionalisierung kann als Merkmal der Medieninhalte definiert werden. Innerhalb dieser Forschungsperspektive kann festgestellt werden, dass produzentInnenseitig TV-Sendungen zusehends emotionalisiert werden. Im Sinne der vorliegenden Arbeit ist damit vor allem eine Steigerung der Relevanz und der damit verbundenen potenziell emotionalisierenden Bewertungen für die jeweilige Zielgruppe gemeint.

Die umfassendste Forschungsperspektive ist jene, die sich mit der Emotionalisierung der RezipientInnen durch die Medieninhalte beschäftigt. Die Ergebnisse der Kultivierungsforschung (vor allem die generalisierte Angst der VielseherInnen) kann durch die Zuhilfenahme der kognitiven Emotionstheorien erklärt werden. Medien- wie Realerfahrungen können Bewertungen verändern, die sich – wie oben dargestellt – auf die emotionalen Dispositionen auswirken. Die Zuwendung zu gewalthaltigen Inhalten kann aber auch durch die strukturanalytische Rezeptionsforschung erklärt werden, da der Lebensraum der VielseherInnen sich von jenem der WenigseherInnen unterscheidet und damit wahrscheinlich auch zur Ausprägung unterschiedlicher handlungsleitender Themen führt. Diese Themen wirken sich über Bewertungen wiederum auf die Selektionsprozesse aus. In diese Argumentationslinie lassen sich auch die differenzierten Wirkfaktoren (im Rahmen der Gewaltwirkungsforschung) eingliedern, da sowohl die Zuwendung zu, als auch die Wirkung von medialer Gewalt mit bestimmten Subpopulationen in Verbindung gebracht wird, die ihrerseits bestimmte handlungsleitende Themen verbindet (z.B. häufige Ohnmachtserlebnisse, Gewalterfahrungen, relative Deprivation, schlechte Berufsaussichten etc.). Arbeiten zur emotionalen Ansteckung belegen, dass ohne Möglichkeit von (Kontext-) Bewertungen die emotionalen Reaktionen schwach ausfallen. Besonders starke Unterstützung für die Annahme der Wichtigkeit der alltagsfundierten Bewertungen kommt durch die Dispositionstheorie: Mediensituationen und -personen werden von den RezipientInnen beobachtet und im Rahmen der eigenen Wertvorstellungen bewertet, was wiederum zu bestimmten Emotionen führt, die ihrerseits den dramaturgischen Spannungsaufbau ermöglichen bzw. verstärken. Verschiedene (moralische) Bewertungssysteme unterschiedlicher Subkulturen stellen eine theoretische Verbindung sowohl zu den kognitiven Emotionstheorien als auch zu den Alltagserfahrungen des Publikums her.

Weiters liefert die Forschungsperspektive, bei der Emotionen der RezipientInnen als Mechanismus der Selektion von Medieninhalten interpretiert werden, Unterstützung für die Argumentation der vorliegenden Arbeit: Arbeiten zur Angstbewältigung können ebenso mit Appraisal-Theorien und Alltagserfahrungen in Verbindung gebracht werden. Das höhere Angstniveau steht mit Kontrollverlust und Hilflosigkeitserlebnissen

in Verbindung, die durch Medien- aber eben auch durch Realerlebnisse verstärkt werden können. Besonders ist die Idee der kompensatorischen Mediennutzung hervorzuheben. Negative Alltagserfahrungen werden durch Medienerfahrungen kompensiert bzw. bearbeitet. Reale Hilflosigkeitserlebnisse führen zur Zuwendung zu Medienfiguren, die Kontroll-, Macht- und Kompetenzerfahrungen symbolisieren und dadurch negative Emotionen (Angst) bearbeiten. Auch die triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie mit zwei Emotions- bzw. Bewertungsebenen kann mit den Annahmen den Appraisal-Theorien und der strukturanalytischen Rezeptionsforschung vereinbart werden. In die umfassende Rahmentheorie mit partikulären (Theorie-) Modulen wird die Emotionstheorie von Scherer explizit angewendet. Für die Bewertung der Medieninhalte auf ihr Unterhaltungspotenzial spielen auch medienexterne Aspekte eine Rolle (soziale Vergleiche, moralische Bewertungen, Genugtuung, Selbstbestätigung etc.), die mit handlungsleitenden Themen assoziiert sein können. Die Medieninhalte werden im Rahmen der eigenen Relevanz- und Zielstrukturen zur Unterhaltung genützt und das Unterhaltungserleben kann so auch zur Identitätsarbeit werden. Klare Unterstützung kommt vom Konzept der parasozialen Interaktion, das die gesuchten virtuellen Beziehungen direkt vom Lebenskontext der Personen und von Personenvariablen ableitet. Medienpersonen werden zum Ersatz für Realkontakte. Faktoren wie das soziale Umfeld, Alter, Geschlecht, aber auch Einsamkeit oder Schüchternheit beeinflussen theoretisch ebenso handlungsleitende Themen. Die eigene Familien- und Problemsituation beeinflusst die Bewertungen möglicher Medienbeziehungen. In Abhängigkeit zu den realen Verhältnissen und sozialen Interaktionen verändern sich emotionale Befindlichkeiten und Reaktionen. Dass wahrgenommene Ähnlichkeiten der Medienpersonen mit den RezipientInnen, also die Übereinstimmung hinsichtlich Normen, Einstellungen, Werthaltungen, Gruppenzugehörigkeit, sozialem Hintergrund etc., für den Aufbau der parasozialen Beziehungen von Bedeutung sind, verdeutlicht auch die Verbindung der emotionsauslösenden Bewertungen mit der Lebenswelt der RezipientInnen.

Medieninduzierte Emotionen unterscheiden sich vor allem durch zusätzliche Bewertungsmöglichkeiten und -ebenen von jenen Emotionen, die in Realsituationen ausgelöst werden. So wird im Rahmen der Unterhaltungsforschung in die Mikro- und Makroebene unterschieden. Die Makroebene bezieht sich auf die Gesamteinschätzung eines Produkts als unterhaltend („permanent emotion“) und die Mikroebene bezieht sich auf die untergeordneten situationalen Emotionen („phasic emotions“). Um als Zuwendungsgrund zu fungieren, muss die zu erwartende übergreifende Emotion („Unterhaltung“) positiv bewertet werden, wogegen untergeordnete situationsbezogene, episodische Emotionen durchaus negativer Natur sein können. In diesem Sinne können den unterschiedlichen Film-Genres dominante Emotionen zugeordnet werden und das

Publikum erwartet von den Genres relativ stereotype Emotions-Konstellationen. Grundsätzlich zeichnen sich Medienemotionen durch eine große Bandbreite und eine starke Veränderlichkeit aus. Potenziell emotionsauslösende Situationen sind im Medienreiz dicht angeordnet und zur möglichen Steigerung der Attraktivität der Programme meist extrem gezeichnet und miteinander verwoben, was zu Überlappungen und Vermischungen evozierter Emotionen beiträgt. Im Gegensatz zum realen Alltag sind Medieninhalte durch eine hohe Handlungs- und Ereignisdichte und durch eine intensive (emotionale) Verlaufsdynamik gekennzeichnet. Mit der Vermischung (Konfudierung) der emotionalen Zustände geht die Schwierigkeit der Operationalisierung und Messung von medieninduzierten Emotionen einher.

Die RezipientInnen sind nicht wirklich von den Konsequenzen der Medienereignisse betroffen. Begriffe wie Involvement, Empathie oder Interesse versuchen die mentale Annäherung oder Entfernung zum Mediengeschehen zu erfassen. Die RezipientInnen können beispielsweise über den Grad des Involvements die subjektive Nähe zum Medienereignis steuern, was auch als Coping-Strategie bei z.B. bedrohlichen Inhalten genutzt werden kann. Starke Emotionen entstehen nur bei intensivem Involvement, starker Empathie oder Interesse an den Personen oder Inhalten. Involvement, Empathie und Interesse beziehen sich einerseits auf den dargestellten Medienkontext, allerdings auch auf die Lebenswelt der RezipientInnen, was die Einschätzungsprozesse verkompliziert. Es kann nicht immer klar auseinandergehalten werden, ob die Emotionen durch reines Nachvollziehen der Logik der Erzählung, durch Übernahme der Perspektive der dargestellten Rollen (Empathie), durch generell hohes Interesse an der Thematik oder durch ein tiefergehendes Verständnis (durch selbst erlebte ähnliche, reale Erlebnisse) evoziert werden. In der vorliegenden Arbeit wird darauf hingewiesen, dass Mediensituationen dann theoretisch hohe emotionale Reaktionen auslösen, wenn sie für die RezipientInnen hohe Relevanz haben; wenn sie also auf real relevante Probleme, Wünsche oder Hoffnungen symbolisch verweisen. Wenn die Mediengeschichten überhaupt keinen Zusammenhang mit der realen (emotionalen) Bedürfnislage der RezipientInnen haben, stellt sich die Frage, warum überhaupt (Zuwendungs-) Interesse gefolgt von Involvement und eventuell Empathie vorhanden sein sollte. In diesem Sinne sind die meisten Definitionen von Empathie nicht ausreichend, da sie nur zwischen „emotionaler Ansteckung“ oder „somatischer Empathie“ und „Empathie“ bzw. „affektiver Empathie“ bzw. „identifikatorischer, affektsimulativer Empathie“ im Sinne des Mitfühlens mit der Medienperson unterscheiden. Bei Empathie werden in Anlehnung an die kognitiven Emotionstheorien die Bewertungen der Medienpersonen – inklusive Zielrelevanz und Bewältigungspotenzials – nachvollzogen. Diese Bewertungen müssen für die RezipientInnen aber zumindest vorstellbar sein und daher aus deren Erfahrungsho-

rizont heraus verständlich sein, sonst können auch keine Emotionen ausgelöst werden. Die Auslösung der empathischen Reaktion bzw. der „Mit-Emotion“ oder „Kommotion“ kann nur erfolgen, wenn eine emotionsantezedente Bewertung als realistisch angesehenen und somit nachvollzogen werden kann. Im Sinne der vorliegenden Arbeit soll angenommen werden, dass die Emotionen stärker ausfallen, wenn die Mediensituationen, -personen oder -objekte symbolisch auf alltagsrelevante Ereignisse, Personen oder Objekte verweisen. Damit soll auf die Schwierigkeit hingewiesen werden, die „Emotionsinduktion“ von „Empathie“ zu unterscheiden. Die „Emotionsinduktion“ bezieht sich auf die subjektive Bedeutung eines Ereignisses oder Objekts, einer Situation oder Person, also hinsichtlich der Relevanz für die eigenen Ziele und Bedürfnisse der RezipientInnen. Im Rahmen der „Affective-Disposition-Theory“ bringt Zillmann (2005) den Begriff der Empathie mit moralischen Bewertungen durch die RezipientInnen in Zusammenhang, die mit dem sozialen Umfeld, sozialen Normen, Sozialisation, Gruppenzugehörigkeit etc. im realen Leben der RezipientInnen verwoben sind. Tan (1996) verweist diesbezüglich auf den Begriff der „concerns“, welche bei Übereinstimmung zwischen Publikum und ProtagonistInnen die empathischen Prozesse ermöglichen bzw. verstärken. Die fiktionale situationale Bedeutungsstruktur muss zumindest teilweise mit den Bedeutungsstrukturen der RezipientInnen übereinstimmen. Im Übrigen wird der Begriff der „Identifikation“ von Tan abgelehnt, da nie eine exakte Übereinstimmung zwischen den Relevanzstrukturen der Medienpersonen und jener der RezipientInnen angenommen werden kann. Wulff (2009) spricht in diesem Zusammenhang von einem „empathisch vorbelasteten“ Publikum, das nicht einfach die Ziele der fiktionalen Charaktere linear übernimmt. Das “Multi-Reference Appraisal Model of Emotion” (Wirth et al., 2006) bringt einen entscheidenden Vorteil im Bewertungsprozess von Medienprodukten, da es sich auf unterschiedliche „situationale Referenzen“ im Rezeptionskontext bezieht. Basierend auf den Appraisal-Theorien wird damit versucht, die Phänomene der Emotionsinduktion, Empathie und allgemein der Emotionsregulation zu erklären. Die „situationale Referenz“ hat entscheidende Bedeutung „welche emotionsrelevante Bedeutung einer Medienrezeptionssituation zugeschrieben wird“ (Wirth et al., 2007, S. 37). Die emotional relevanten Situationen können damit besser definiert und auf die alltagsrelevanten Ereignisse bezogen werden. Auch in diesem Modell sind die subjektiven Bewertungen Basis der Emotionen. Allerdings wird dabei verdeutlicht, dass situationale Referenzen außerhalb des Medieninhalts liegen können, womit vor allem der Verweis auf den Lebenskontext der ZuseherInnen gemeint ist (Erinnerungen, Tagträume oder direkte Bezüge auf die Lebenssituation der RezipientInnen). Wenn der Medieninhalt auf die RezipientInnen bezogen wird, dann wird laut Scherer (1998) der „Ich-Bezug“ hergestellt, die Emotionen als „Ego-Emotionen“ bezeichnet und durch

„Emotionsinduktion“ ausgelöst. Emotionen entstehen aus der Interaktion zwischen Medieninhalt und der eigenen Person.

Für die vorliegende Arbeit ist eben gerade diese angesprochene Verbindung von Medieninhalt zum realen Leben der RezipientInnen von zentraler Bedeutung. Erinnerungen an real erlebte Situationen, ungelöste Problemstellungen und Entwicklungsthemen, die eigene Familien- oder Beziehungssituation, Ohnmachtserlebnisse am Arbeitsplatz, Ängste und Hoffnungen, oder, im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung gesprochen, die „handlungsleitenden Themen“, beeinflussen die Medienzuwendung, das Involvement und Interesse wie die Empathie im Rezeptionsprozess. Reale Lebenssituationen und deren Bewertungen werden zur unabhängigen Variable für die Interpretation der Medieninhalte, was sich wiederum auf die medieninduzierten, emotionalen Reaktionen auswirkt.

Die Anwendung kognitiver Emotionstheorien in der Medien- und Rezeptionsforschung ist vielversprechend, da unterschiedliche Bewertungsebenen und –perspektiven analysiert werden können. Die theoretische und forschungspraktische Weiterentwicklung reicht von differenzierten Zugängen zur Nachrichten- und Unterhaltungsforschung bis zur Integration in fächerübergreifende Kommunikationsmodelle. Die Definition von „situationalen Referenzen“ erlaubt eine differenzierte Betrachtung der medienevozierten Emotionen aus dem Blickwinkel der kognitiven Emotionstheorien. Die Subjektivität der Interpretation von Medieninhalten wird damit noch klarer in den Forschungsmittelpunkt gerückt und emotionsevozierende Mediensituationen u.a. mit lebensweltlichen Erfahrungen der Rezipientinnen in Verbindung gebracht. Die Verbindung dieser Bewertungsmodelle mit der strukturanalytischen Rezeptionsforschung führt zu den „handlungsleitenden Themen“ als Basis emotionsauslösender Medienhandlungen und damit zu einem besseren Verständnis emotional relevanter Medieninhalte.

EMPIRISCHER TEIL

4 FORSCHUNGSFRAGEN

Ausgangspunkt der empirischen Untersuchung sind die folgenden Forschungsfragen:

- Welche Medieninhalte sind für RezipientInnen emotional relevant?
- Welche potenziell emotionsevozierenden Situationen werden von RezipientInnen im Fernsehangebot selektiert?
- Welcher Zusammenhang besteht zwischen im Alltag relevanten Themen und den aufgesuchten emotionsauslösenden Mediensituationen?
- Welche Bedeutung haben die aufgesuchten potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen im Kontext der Lebensbewältigung der RezipientInnen?

Diese Fragestellungen werden in der vorliegenden Arbeit am Beispiel einer Subpopulation der FernsehrezipientInnen erforscht. Der Fokus liegt auf der Analyse der 12- bis 29-Jährigen, auf welche die oben formulierten Forschungsfragen angewendet werden sollen.

5 FORSCHUNGSDESIGN, METHODISCHE ENTSCHEIDUNGEN UND OPERATIONALISIERUNG

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich grundlegend mit dem Zusammenhang zwischen Emotionen und Medieninhalten. Im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung ist für das Medienhandeln ein Verständnis der relevanten Themen („wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen“ bzw. „Lebensthemen“) notwendig (Charlton & Neumann, 1986, 1990a; Neumann & Charlton, 1989, 1990; Neumann-Braun, 2005; Weiß, 1999, 2001). Die von den RezipientInnen gesuchten Medienemotionen sind demnach nur im Kontext der relevanten bzw. handlungsleitenden Themen zu verstehen. Die Emotionen werden quasi als „Bindeglied“ zwischen dem Alltag der RezipientInnen und den von ihnen gesuchten Medienerlebnissen betrachtet. Die emotionalen Reaktionen auf Medieninhalte, aber vor allem das Aufsuchen von emotionsauslösenden Mediensituationen, muss daher in Verbindung zum Alltag operationalisiert werden.

Schon die vielfältigen Ansätze im theoretischen Teil verdeutlichen die Schwierigkeiten, Emotionen und umso mehr medieninduzierte Emotionen in den empirischen

„Griff“ zu bekommen. Die Trennung in drei Untersuchungsebenen soll den Forschungsprozess strukturieren. In diesem Sinne müssen die gewählten Methoden drei Analyseebenen erfassen:

- Ebene des RezipientInnenhandelns (das sich über Selektionsprozesse, also über die eigentliche Programmauswahl, manifestiert)
- Inhaltliche Ebene der Medienprodukte (die potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen)
- Ebene der relevanten bzw. wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen bzw. Lebensthemen (welche die RezipientInnen in ihrem realen Leben beschäftigen, die für sie subjektiv wichtig sind, und daher emotional besetzt sind)

Die Forschungsfrage „Welche potenziell emotionsevozierende Situationen werden von jungen Menschen im Fernsehangebot selektiert?“ bezieht sich auf das aktive Medienhandeln der RezipientInnen und auf die konkreten Medieninhalte. Daher wurde als erster Schritt des empirischen Teils der vorliegenden Arbeit das Fernsehhandeln im realen Kontext erfasst. Um möglichst generalisierbare Aussagen zu finden, wurden repräsentative, telemetrische Daten (AGTT / GfK TELETEST) der angewandten Fernsehforschung in Österreich herangezogen. Dies ermöglicht die Analyse von repräsentativen Daten im Alltag der österreichischen Bevölkerung zu einem genau definierbaren Untersuchungszeitraum unter Erfassung einer Alterseingrenzung und geschlechtsspezifischer Differenzierung.

In einem zweiten Schritt wurden die gewählten Inhalte auf potenziell emotionsevozierende (Medien-) Situationen durchforstet. Mittels einer Inhaltsanalyse, die sich bei dem Kategorienschema an empirischen Ergebnissen interkultureller Studien zu fünf Grundemotionen (Angst, Ärger, Traurigkeit, Freude, Liebe) orientiert, wurden die prototypisch emotionsauslösenden Situationen systematisiert und analysiert.

Die Zusammenführung von konkretem, empirisch gemessenem Medienhandeln (Analyseebene 1) und den genutzten Inhalten (Analyseebene 2), kann die Frage nach den selektierten potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen beantworten; lässt aber noch nicht auf die Bewertung bzw. symbolische Bedeutung der Mediensituationen im Kontext der realen Lebensumstände durch die RezipientInnen (Analyseebene 3) schließen.

Für die Beantwortung der Forschungsfragen „Welcher Zusammenhang besteht zwischen im Alltag relevanten Themen und den aufgesuchten emotionsauslösenden Mediensituationen?“ und „Welche Bedeutung haben die aufgesuchten potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen im Kontext der Lebensbewältigung der RezipientInnen?“, muss eine dritte Analyseebene berücksichtigt werden. Da es sich um die Er-

fassung von Relevanz- und Sinnstrukturen handelt, wurde mit der Gruppendiskussion eine introspektivische Methode gewählt. Die Analyse der handlungsleitenden Themen (Analyseebene 3) erfolgte daher mittels des weitgehend unstrukturierten, qualitativen Ansatzes der rekonstruktiven Sozialforschung und der dokumentarischen Methode (Bohnsack, 2008).

Die gewählte offene Fragestellung im Rahmen von acht Gruppendiskussionen ermöglichte eine maximale Antwortfreiheit und erhöhte so die Chancen, die handlungsleitenden Themen im Sinne des Relevanzsystems der ProbandInnen zu erfassen (Göttlich, 2006). Neben dem Grundreiz und abschließenden Fragen (samt kurzem Fragebogen) zum konkreten Medienkonsum, wurde während der Hauptphase der Gruppendiskussionen keine weiteren vorstrukturierten Fragen oder Fragenbogenitems verwendet, um die Antwortmöglichkeit der ProbandInnen nicht einzuschränken. Ziel der offenen Fragestellung war es, die handlungsleitenden Themen der RezipientInnen valide und reliabel zu erfassen und jede Interaktion mit vorgefassten (Forschungs-) Meinungen bzw. mit den Relevanzstrukturen der ForscherInnen mit jenen der ProbandInnen zu vermeiden.

Zur Beantwortung der oben genannten Forschungsfragen wird also eine Kombination von quantitativen und qualitativen Methoden vorgeschlagen, um die „Generalisierungsproblematik“ (Klüver, 1995, S. 287) von rein qualitativen Studien zu reduzieren. Die jeweilige Methode wird für eine spezifische Anforderung gewählt. Das Relevanzsystem von spezifischen Subpopulationen wird über qualitative Methoden rekonstruiert, da mittels vorstrukturierter, standardisierter Methoden ev. „das soziale Feld in seiner Vielfalt eingeschränkt, nur sehr ausschnittsweise erfasst und komplexe Strukturen zu sehr vereinfacht und zu reduziert dargestellt werden“ (Lamnek, 2005b, S. 4). Wie die meisten RezipientInnen handeln wird über die Telemetrie erfasst, allerdings aus welchem Bezugsrahmen heraus sie handeln, bzw. wie die Bedeutungszuschreibungen sind, wird über die Gruppendiskussionen erfasst. Vor allem zur Erfassung von Relevanzstrukturen sind die qualitativen Methoden die adäquate Wahl, da bei quantitativen Verfahren durch die Hypothesen und die anschließenden Operationalisierungen vorab festgelegt wird, was relevant ist und erfasst werden soll. Das kann bedeuten, dass nur das erhoben wird, „was der Forscher noch vor Kenntnis des Objektbereichs für sinnvoll und notwendig erachtet“ (ebenda, S. 16) hat. Durch den Einsatz von qualitativen bzw. „vertikalen“ Forschungsmethoden wird so das Relevanzsystem der unterschiedlichen RezipientInnengruppen erforscht. Die gewählte Methodik der Gruppendiskussionen hat das Ziel, im Sinne der rekonstruktiven Sozialforschung – unabhängig von den quantitativen bzw. „horizontalen“ Teletestdaten und der Inhaltsanalyse – die emotional relevanten (handlungsleitenden) Themen der untersuchten Gruppen zu er-

fassen. Die aus der „Distanz“ erhobenen Teletest-Daten werden dadurch mit Forschungsmethoden differenziert, bei denen die ForscherInnen mit den ProbandInnen in direkten Kontakt treten und dadurch deren Lebenswelt und Bedeutungszuschreibungen kennenlernen. Die Gruppendiskussionen untersuchen damit Subgruppen der Zielgruppe der 12- bis 29-Jährigen. Die Darstellung von verschiedenen Typen des Medienhandelns auf Basis unterschiedlicher Relevanzsysteme kann im letzten Schritt der vorliegenden Arbeit auf interpretativer Ebene auf das empirisch gemessene, repräsentative Medienhandeln aller 12- bis 29-Jähriger in Österreich in Relation gesetzt werden. Die Ergebnisse der qualitativen Gruppendiskussionen werden also auf die Ergebnisse der quantitativ ausgerichteten Inhaltsanalyse auf Basis der Telemetrie bezogen; also die qualitativen Typen auf das repräsentative typische RezipientInnenhandeln aller 12- bis 29-Jährigen. Eben durch die Verbindung von qualitativen mit quantitativen Methoden soll dem Vorwurf der „Überdifferenzierung“ von rein qualitativ ausgerichteten Studien, z.B. im Kontext der Cultural Studies, entgegnet werden, die über die Interpretation des Einzelfalls oft nicht hinauskommen. Ebenso soll dem Vorwurf der „Unterdifferenzierung“ der „psychologischen Unterhaltungsforschung“, wie z.B. im Rahmen der Mood-Management-Theorie bzw. mancher empirisch-sozialwissenschaftlicher Untersuchung, begegnet werden, welcher das „behavioristische Erbe zum Verhängnis wird“ (Vorderer, 2006, S. 50) und eventuell nivellierende Aussagen produziert. Die Kombination von quantitativen (Telemetrie und Inhaltsanalyse) und qualitativen (Gruppendiskussionen) Methoden soll nicht zur gegenseitigen Überprüfung genützt werden, sondern als sinnvolle wechselseitige Ergänzung im Sinne der Methoden-Triangulation (Bos & Koller, 2002; Lamnek, 2005a, 2005b).

6 HYPOTHESEN

Obwohl der Hauptteil der vorliegenden Arbeit, die Erfassung der handlungsleitenden Themen der RezipientInnen mittels rekonstruktiver Gruppendiskussionen nicht spezifisch hypothesenprüfend angelegt ist, sollen trotzdem die folgenden Hypothesen in Hinblick auf die übergeordneten Zusammenhänge der oben beschriebenen drei Analyseebenen (Ebene des RezipientInnenhandelns, inhaltliche Ebene der Medienprodukte und Ebene der handlungsleitenden Themen) formuliert werden:

- H.1.: Die in den Medien dargestellten verschiedenen potenziell emotionsauslösenden Situationen sind für unterschiedliche Zielgruppen unterschiedlich emotional relevant und werden daher unterschiedlich selektiert.
- H.1.1.: Es gibt geschlechtsspezifische Unterschiede in der Zuwendung zu potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen hinsichtlich der Qualität der Emotionen

auf Basis der subjektiven Bewertungen der potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen durch die RezipientInnen.

- H.1.1.1.-5.: Diese geschlechtsspezifischen Unterschiede zeigen sich hinsichtlich der Grundemotionen Angst, Ärger, Traurigkeit, Freude und Liebe.
- H.2.: Die unterschiedliche emotionale Relevanz der potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen steht in Zusammenhang mit den im Alltag emotional relevanten Themen bzw. mit den handlungsleitenden Themen der RezipientInnen.
- H.2.1.: Emotional relevant sind jene Themen, die mit einer hohen subjektiven Bedeutung der Handlungsziele aus Sicht der RezipientInnen in Verbindung stehen, insbesondere dann, wenn die Erreichung der Handlungsziele mit Unsicherheiten und Schwierigkeiten im Alltag der RezipientInnen verbunden ist.
- H.3.: Die für die RezipientInnen im Alltag emotional relevanten bzw. handlungsleitenden Themen werden durch die Selektion passender Medieninhalte bearbeitet und sind damit Teil der Lebensbewältigungsstrategien der RezipientInnen.
- H.3.1.: Die Bedeutung von emotionsauslösenden Mediensituationen für die RezipientInnen hängt mit der Bedeutung ähnlicher Situationen im Kontext des Alltags der RezipientInnen zusammen.
- H.3.2.: Die potenziell emotionsauslösenden Medieninhalte werden zur symbolischen Auseinandersetzung mit alltagsrelevanten bzw. handlungsleitenden Themen genützt.

7 INHALTSANALYSE

Im quantitativ orientierten Teil der vorliegenden Arbeit ist es das Ziel, eine möglichst breite empirische Basis als interpretativen Kontext für den qualitativ orientierten Teil aufzubereiten. Medieninhalte stellen nur ein Angebot für RezipientInnen dar und können nicht mit real ausgelösten Emotionen gleichgesetzt werden. Der grundsätzlich deskriptive Charakter der Inhaltsanalyse beschreibt einen Medienreiz, der von unterschiedlichen Zielgruppen selektiert oder nicht selektiert wird. Eine Zuwendungsentscheidung kann unterschiedliche Lesarten mit verschiedenen Interpretationsleistungen und dadurch unterschiedlichen emotionalen Reaktionen bedeuten – die im Rahmen der vorliegenden Arbeit und im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung mit handlungsleitenden Themen in Verbindung stehen. Die Einbeziehung der kognitiven Emotionstheorien verdeutlicht die Möglichkeit unterschiedlicher emotionaler Reaktionen durch unterschiedliche Interpretationen auf Basis verschiedener Ziele und Erfahrungen. Die kritische Interpretation hinsichtlich gesuchter medienvermittelter Emotionen bleibt aber immer „interpretative Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte“ (Früh 2007, S. 27) und kann nur in Verbindung mit weiteren Methoden, wie den vorge-

schlagenen Gruppendiskussionen, die Nutzungsperspektive der RezipientInnen transparenter machen.

In Summe ist es das Ziel der Inhaltsanalyse, die selektierten Medieninhalte auf potenziell emotionsauslösende Situationen hin zu durchforsten. Das Untersuchungsmaterial wurde aufgrund telemetrischer Nutzungsdaten ausgewählt und auf Basis der Theorie der Grundemotionen kategorisiert. Diese Forschungsstrategie soll unter Einbeziehung geschlechtsspezifischer Unterschiede u.a. die folgenden Forschungsfragen beantworten:

- Welche potenziell emotionsevozierende Situationen werden von jungen Menschen im Fernsehangebot selektiert?
- Welche Medieninhalte sind für junge Menschen emotional relevant?

Zum Zweck der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit sollen die Arbeitsschritte der Kategorienbildung, Probekodierung und die darauf folgende Kategorienerweiterung besonders detailliert besprochen werden.

7.1 Auswahl des Untersuchungsmaterials

Telemetrische Daten (AGTT / GfK TELETEST) dienen zur Auswahl der geschlechtsspezifisch potenziell polarisierenden Medieninhalte, also des Untersuchungsmaterials für die Inhaltsanalyse. Nur durch die Verwendung realer Nutzungsdaten können die Ergebnisse der Inhaltsanalyse auf das RezipientInnenhandeln bezogen werden. Die telemetrischen Daten sind damit Basis der Interpretation der Beziehung zwischen den RezipientInnen und den von ihnen gesuchten Medienemotionen.
Da es ein Ziel der vorliegenden Arbeit ist, einen Zusammenhang zwischen alltagsrelevanten Situationen und gesuchten Mediensituationen herzustellen, waren TV-Sendungen gesucht, die einen möglichst breiten Themen- und Genremix beinhalten. Der einzige Sendplatz, der eine solche breite thematische Vielfalt anbietet, ist der Spielfilm am Sonntag in ORF eins (siehe Anhang).

In diesem Zusammenhang ist die Erwartungshaltung des Publikums an diesen Sendeplatz wesentlich. Grundsätzlich werden die neuesten und populärsten internationalen Spielfilme angeboten. Der Sendeplatz verweist also auf keine genrespezifischen Erwartungen, da regelmäßig ein breites Portfolio angeboten wird. Das bedeutet für die Publikumsnutzung, dass je nach Genre und thematischer Voreingenommenheit bzw. emotionaler Relevanz der Thematik entschieden wird. Natürlich kann das Produkt den Erwartungen der SeherInnen nicht immer entsprechen, allerdings werden Weg- und Zuschaltungen in den durchschnittlichen Marktanteilen mitberücksichtigt.

Die Konkurrenzprogrammierung anderer Sender ist am Sonntag grundsätzlich stabil und dem Publikum vertraut. Unter den ORF eins-Filmen sind vorwiegend Premieren, die als „jüngere“ Alternative zum ORF 2-Programm angeboten werden. Natürlich wirkt sich das Konkurrenzangebot anderer Sender auch auf die Marktanteilsverteilungen von ORF eins aus (z.B. Tatort oder TV-Movies in ORF 2). Da allerdings die absoluten Reichweiten der Filme für die vorliegende Analyse nicht relevant sind, sondern nur die relativen Marktanteile in der jungen Zielgruppe (12- bis 29-Jährige), soll das Gegenprogramm aus der Analyse herausgehalten werden. Ein Film wurde allerdings aufgrund eines unüblichen Vorprogramms von der Analyse ausgeschlossen, das mit hoher Wahrscheinlichkeit einen starken Einfluss auf das SeherInnenprofil des Films hatte (Der Film „Oceans Twelve“ wurde wegen der Formel 1-Live-Berichterstattung davor verspätet um 20.22 Uhr gestartet).

Es geht bei der Analyse der Filme also nicht um die absolut erfolgreichsten Filme, sondern um die Herausarbeitung einer möglichen geschlechts- und altersspezifischen Typik zur Vorbereitung und zum Vergleich mit den Ergebnissen der Gruppendiskussionen – die u.a. auch die Herausarbeitung einer geschlechts- und altersspezifischen Typik zum Ziel haben (In den Gruppendiskussionen werden die allgemein emotional relevanten Themen der jeweiligen Gruppen herausgearbeitet, um sie dann auf das telemetrisch gemessene Medienhandeln in Beziehung zu setzten).

Die Geschlechtstypik wird über zwei Extremgruppen der Filme operationalisiert. Dabei werden die Differenz der Marktanteile im jungen Publikumssegment (Frauen und Männer) berechnet und eine Top-10-Liste für das jeweilige Geschlecht gerangreiht (für die genauen Marktanteile und die Rangreihung siehe Anhang).

Die beiden geschlechtsspezifisch polarisierenden Gruppen umfassen die folgenden Filme:

Die Top-10 der frauenaffinen Filme bei 12- bis 29-Jährigen:

- „50 erste Dates“
- „Der Teufel trägt Prada“
- „Plötzlich Prinzessin II“
- „Die Geisha“
- „Das Schwiegermonster“
- „Freaky Friday – Ein voll verrückter Freitag“
- „Walk the Line“
- „Das Streben nach Glück”
- „Tatsächlich Liebe”
- „Mystic River“

Die Top-10 der männeraffinen Filme bei 12- bis 29-Jährigen:

- „Star Wars Episode III“
- „Hidalgo – 3000 Meilen zum Ruhm“
- „Jumper“
- „Van Helsing“
- „16 Blocks“
- „Sahara“
- „Die Bourne Verschwörung“
- „Das Vermächtnis der Tempelritter“
- „Spiderman II“
- „Final Call“

Der Untersuchungszeitraum wurde auf drei Jahre (1. 1. 2007 bis 31. 12. 2009) festgelegt, damit einerseits ein möglichst aktueller Zeitrahmen erfasst und anderseits eine möglichst große Anzahl inhaltlich unterschiedlicher Filme analysiert werden konnte. Sonderprogrammierte Filme wurden ebenso wenig in die Analyse aufgenommen wie Zweiteiler. In Summe werden daher 138 Sendeplätze erfasst, an denen 115 verschiedene Filme ausgestrahlt wurden (unter Abzug von Zweit- und Drittspielungen und eines Zweiteilers).

Es handelte sich also im eine bewusste Auswahl bzw. Stichprobe (Sendeplatz: Sonntag, 20.15 Uhr, ORF eins) von 115 Filmen als potenzielle Analyseeinheiten. Nach der Bildung von zwei Extremgruppen (geschlechtsspezifische Polarisierung durch Differenz der Marktanteile bei Kabel- und Satellitenhaushalten in der Zielgruppe der 12- bis 29-Jährigen) gelangten 20 Filme zur genauen inhaltsanalytischen Auswertung. Die statische Auswertung bezieht sich auf den Vergleich der beiden Extremgruppen (jeweils Top-10-Filme).

7.2 Kategorienbildung

Zur Beantwortung der Forschungsfragen (Welche potenziell emotionsauslösenden Situationen werden von den RezipientInnen im Medienangebot gesucht? Welche Medieninhalte sind für junge Menschen emotional relevant? Welche potenziell emotionsevozierende Situationen werden von jungen Menschen im Fernsehen selektiert?) wurden die „potenziell emotionsauslösenden Situationen“ über das Konzept der „Grundemotionen“ operationalisiert. Die Grundemotionen dienen damit als Hauptkategorien der Inhaltsanalyse. Der Vorteil der Grundemotionen liegt in einer übersichtlichen Anzahl von Emotionsausprägungen mit damit verbundenen eindeutigen Kodieranweisun-

gen. Weiters wird dadurch ein theoretischer Bezug und Vergleich mit den Ergebnissen verschiedener AutorInnen ermöglicht. Auch ist die breite, interkulturelle, empirische Basisarbeit zu typischen Emotions-Antezedenzbedingungen im Rahmen der kognitiven Emotionstheorien hervorzuheben, auf welcher das Kategoriensystem beruht.

An dieser Stelle soll aber hinzugefügt werden, dass es grundlegend keine theoretische Übereinstimmung hinsichtlich der Anzahl und der Qualität der Grundemotionen gibt. So unterscheidet beispielsweise Arnold (1960) im Rahmen ihrer kognitiven Emotionstheorie in 12 Grundemotionen: (love/liking, hate/dislike, wanting/desire, aversion/recoil, delight/joy, sorrow/sadness, hope, hopelessness/despair, daring/courage, fear, anger, dejection). Frijda (1986) definiert auch im Rahmen seiner Appraisal-Theorie ursprünglich 17 Grundemotionen (desire, fear, enjoyment/confidence, interest, disgust, indifference, anger, shock/surprise, arrogance, humility/resignation, sorrow, effort, excitement, joy, contentment, anxiety, laughter/weeping) und 1997 (Frijda & Tcherkassof) nur noch 7 Basisemotionen (anger, sadness, disgust, fear, contemt, surprise, joy). Roseman (1984) erhöht von vorerst 14 (surprise, hope, joy, relief, liking, pride, fear, sorrow, discomfort/disgust, frustration, disliking, anger, shame/guilt, regret) 2001 auf 17 (surprise, hope, joy, relief, love, pride, fear, sadness, distress, frustration, disgust, dislike, anger, contempt, regret, guilt, shame) Grundemotionen. Ekman (1988a) beschreibt im Kontext der Ausdrucksforschung sechs Basisemotionen (Glück, Trauer, Ärger/Wut, Angst, Ekel, Überraschung) und in einer späteren Version (Ekman, 2004) sieben Basisemotionen bzw. universale Gesichtsausdrücke (Trauer, Zorn, Überraschung, Angst, Ekel, Verachtung, Freude). Andere ForscherInnen sehen aufgrund von ungelöster Diskriminierungsmöglichkeiten die Definition von Grundemotionen an sich als problematisch: „Our own view is that the search for and postulation of basic emotions is not a profitable approach. One of our many reasons for saying this is that there seems to be no objective way to decide which theorist's set of basic emotions might be the right one" (Ortony, Clore & Collins, 1988, S. 7). Auch abseits der kognitiven Emotionstheorien gibt es keine Einigung hinsichtlich der Anzahl und Qualität von Basisemotionen (Meyer et al., 2003).

Zur Entwicklung des Kategoriensystems wurden die weitgehend übereinstimmenden, empirischen Ergebnisse der interkulturell angelegten Studien von Scherer, Summerfield und Wallbott (1983), Wallbott und Scherer, (1986) und Shaver, Schwartz, Kirson und O'Connor (1987) herangezogen. Die folgenden Ereignisse oder Situationen werden am häufigsten für vier Grundemotionen (Angst, Traurigkeit, Ärger, Freude) genannt (Schmidt-Atzert, 1996, S. 33):

1. <u>Angst</u>

a. Verkehrssituationen
b. Gewaltverbrechen
c. Risiken eingehen
d. Gefahr von Schaden oder Tod
e. Neue Situationen
f. Gefahr sozialer Zurückweisung
g. Interaktion mit Fremden
h. Neue Ereignisse

2. <u>Traurigkeit</u>

a. Probleme mit Beziehungen
b. Misserfolg
c. Tod eines nahestehenden Lebewesens
d. Tod einer geliebten Person
e. Abbruch einer Beziehung
f. Unerwünschtes Ergebnis
g. Probleme mit Freunden oder Verwandten
h. Vorübergehende Trennung

3. <u>Ärger</u>

a. Persönliche Beziehungen
b. Beschädigung von Eigentum
c. Zwischenmenschliche Probleme
d. Ungerechtigkeit
e. Realer oder angedrohter Schmerz
f. Verletzung von Erwartungen
g. Rücksichtsloses Verhalten, das soziale Normen verletzt
h. Ungerecht behandelt werden

4. <u>Freude</u>

a. Beziehung zu Freunden
b. Erfolgserlebnisse
c. Bedürfnisbefriedigung
d. Bekommen was man wollte
e. Erfolg
f. Achtung
g. Respekt
h. Lob erhalten
i. Beziehungen zu Freunden und Verwandten
j. Begegnungen/Treffen

Um ein für die Filmanalyse geeignetes Kategoriensystem zu erstellen, werden die drei genannten Studien (Scherer et al. 1983; Wallbott et al., 1986; Shaver et al. 1987) im Folgenden detailliert besprochen:

Scherer et al. (1983) geht unter anderem der Frage nach, was die zentralen Elemente in sozialen Situationen sind, die spezifische Emotionen auslösen. In dieser Studie wurden vier Emotionen untersucht (joy, sadness, fear, anger).

Die wichtigste Antwortenkategorie zur Emotion „Joy“ waren: „Relationships with friends“ und „Success experiences“. Die typischen Situationsbeschreibungen, die Scherer et al. als Antworten aus den Fragebögen anführen, lassen sich exemplarisch sehr gut für die inhaltsanalytische Indikatorenbildung verwenden. Die aus offener Fragestellung gewonnenen typischen, emotionsauslösenden Situationen wurden ähnlich der Filmanalyse der vorliegenden Arbeit kodiert. Grundsätzlich sind die Beschreibungen der ProbandInnen der Beschreibung von Filmszene sehr ähnlich und können daher sehr gut für die Filmanalyse nutzbar gemacht werden. Beispielsweise wurden für die Emotion „Joy“ Antworten wie die folgende in die Kategorie „Relationships with friends“ kodiert:

„I accidentally met a very good friend in my home town, where I had not been for a long time. We had a walk together and spent the evening in a pub talking.” (ebenda, S. 366)

Eine typische Antwort, die in die Kategorie „Success experiences“ kodiert wurde, ist:

„I learned that I had passed a very important examination of which I had been very afraid, because everybody before had said that examination conducted by that certain professor would be very difficult“ (ebenda).

Für „Sadness“ waren die wichtigsten Antwortkategorien „Death of close organism“, „Problems with relationships“ (die äquivalente Kategorie zu „Relationships with friends“ bei „Joy“), „Failure/frustration“ (ähnlich wie die Kategorie „Success“ bei „Joy“ auf Belastungs- bzw. Testsituationen bezogen) und „Depression/alienation“ für Depressionen ohne spezifischen Grund (ebenda). Beispiele für „Death of close organism“, die sich auf Menschen aber auch Tiere beziehen können, sind:

„My grandfather, who I loved very much, has died suddenly and unexpectedly“ (ebenda).

„I bought two little water turtles. Though I tried my best to feed and take care of them, one of the turtles became ill and died after some days“ (ebenda).

Typisch für „Problems with relationships“ sind Situationen, die sich auf Trennungen von Freunden oder Partnern beziehen oder allgemeiner mit Situationen bei denen emotionale Gefühle nicht adäquat erwidert werden:

„When sitting together and talking, a friend suddenly mentioned: ‚Do you know that xxx is now engaged to Maria?’ Because I like Maria very much and would be glad to be her friend, I was very disappointed and sad“ (ebenda, S. 367).

„We had spent a nice afternoon together and then had to separate because my friend studies in another city. I knew that we would not see each other for a long time now“ (ebenda).

Beispiele für allgemeine Depressionen in der Kategorie „Depression/alienation“ sind:

„I just felt tired, depressed, lethargic. I don’t know the reason for that – maybe my body need some rest“ (ebenda).

Bei der Emotion “Fear” war die Kategorie “Dangerous situations in traffic” die am häufigsten genannte, vor der Kategorie „Fear of supernatural forces and horror films“ (oft noch anhaltende Angst nach Sichtung eines Horrorfilms), „Failure in achievement situations“ und Angst vor „Sexual assault, robbery, or hooliganism (ebenda, S. 370).

Eine typische Antwort in der Kategorie „Dangerous situations in traffic“ war:

„I drove with a friend at night on the motorway. The friend was a little drunk and drove quite carelessly. The street was wet, because it had rained and it was quite foggy. On the other side of the road a car turned out in order to overtake another car. But the driver lost control and the car came directly towards us. Only in the last moment did it swerve back to the right side of the street” (ebenda).

Beispiele für die Kategorie „Sexual assault, robbery, or hooliganism“ sind:

„I was present at a shoot-out of criminals and was in severe danger“ (ebenda).

„I realized that a man partly hidden behind a tree was watching our house. When he realized that I saw him, he turned and went away“ (ebenda).

Die wichtigste Antwortkategorie für „Anger“ war „Anger in personal relationships“, gefolgt von „Social property damage and socially unreasonable behaviour“, „Unnecessary inconvenience“ und „Interpersonal problems/negligence by other people“ (ebenda). Mit “Social property” sind Dinge wie öffentliche Telefonapparate bzw. Vandalismus auf allgemeinen Besitz gemeint. „Socially unreasonable behaviour“ meint hingegen z.B. eine Frau, die ihr Kind ohne ersichtlichen Grund in der Öffentlichkeit schlägt. In der Kategorie „Personal relationships“ wurden typischerweise Antworten

kodiert, die sich auf Situationen zu Hause bezogen, bei denen sich der Partner nicht so verhielt, wie er sollte.

Typische Situationen für „Interpersonal problems“ sind:

„I had an appointment with a friend. But the friend was very late. I had to wait for her, and when she finally arrived she did not even try to apologize for being late“ (ebenda, S. 371).

„I was having a pleasant discussion with some friends, when another friend showed up. He soon tried to centre the interaction on himself and disturbed our discussion“ (ebenda).

Beispiele für „Unnecessary inconvenience“ sind:

„I waited in a queue to buy a ticket for a concert. Some people pushed in front on me and when I finally reached the man selling the tickets, no more tickets were available“ (ebenda).

„I went to the library to collect a book I had ordered. The library had informed me by postcard that day that the book was there for me. However, when I got there, the book was not available any more. They had given it away“ (ebenda).

Die wichtigsten bzw. die am häufigsten genannten Kategorien bei Scherer et al. (1983) waren:

1. **Joy**
    a. Relationship with friends
    b. Success experiences
2. **Sadness**
    a. Death of close organism
    b. Problems with relationships
    c. Failure/frustration
    d. Depression/alienation
3. **Fear**
    a. Dangerous situations in traffic
    b. Supernatural forces, horror films
    c. Failure in achievement situations
    d. Sexual assault, robbery, or hooliganism
4. **Anger**
    a. Personal Relationships
    b. Social property damage and socially unreasonable behavior
    c. Unnecessary inconvenience
    d. Interpersonal problems like negligence by other people

In der größer angelegten interkulturellen Studie von Wallbot et al. (1986) werden u.a. ebenfalls die Antezedenzbedingungen für die vier gleichen Haupt-Emotionen untersucht. Die Studie von 1983 diente hierfür als Pilot-Studie. 1986 wurden die emotionsauslösenden Situationen in den Ländern Belgien, Frankreich, Großbritannien, Israel, Italien, Spanien, Schweiz und West-Deutschland mittels Fragebogen erhoben. Die deutschen Ausdrücke für die englischen Bezeichnungen sind für „Joy“ Freude oder Glück, für „Sadness“ Trauer oder Kummer, für „Fear“ Furcht oder Angst und für „Anger“ Ärger oder Wut (Aebischer & Wallbott, 1986, S. 31). Eines der Hauptziele der Studie war die Erfassung von spezifischen emotionsauslösenden Situationen (Ellgring & Bänninger-Huber, 1986, S. 39).

Auch in dieser Studie wurde mittels offener Fragen im Rahmen eines Fragebogens die Beschreibungen von typischen emotionsauslösenden Situationen festgehalten. Der Kodiervorgang kann wiederum mit dem der vorliegenden Filmanalyse verglichen werden, da in beiden Fällen die Situationsdarstellungen zu Kategorien zusammengefasst und zu Grundemotionen zugeordnet wurden. Die Grundlage der Emotionskategorien sind bei Scherer et al. (1986) damit individuelle Beschreibungen von Situationen, die im Individuum typischerweise zu einer bestimmten Emotion führen. Für die Filmanalyse der vorliegenden Arbeit wird die Kodieranweisung von Scherer et al. (1986) zu einem Großteil übernommen. Damit werden die am präzisesten zutreffenden Indikatoren kodiert und eine Doppelkodierung bei komplexen Situationen zugelassen. „Coders were instructed always to code the most specific category with the least degree of inference. Double coding was allowed in complex situations where at least two elements were present in the situation itself” (Ellgring et al., 1986, S. 42). Scherer et al. (1986) ermutigen andere Forscher explizit, das von ihnen entwickelte Kodiersystem für weitere empirische Arbeiten zu verwenden: „Generally, the coding schemata are tools which can also be used in other studies. Translation into six languages and their examination in eight countries make them applicable in different cultural contexts. In our study, the coding system gives access to antecedents and consequences of emotions. Differing from traditional questionnaire approaches, the categories developed take up and quantify not only predetermined answer possibilities but also highly complex information given by the individual in a free response” (Ellgring et al., 1986, S. 49). Das Kategorien- und Kodiersystem ist mit anderen empirischen Arbeiten (u.a. mit Scherer et al., 1983) konsistent. „The conslusion seems warranted… that the categories which we developed in the form of a coding system are not only reliable but also valid in describing the essential features of events and situations that provoke particular types of emotions.“ (Summerfield & Green, 1986, S. 62).

Die am häufigsten angeführten Antezedenzsituationen für die Emotion „Joy“ bzw. Freude/Glück waren „Relationships with friends“. In diese Kategorie fielen eine Vielzahl sehr unterschiedlicher Situationen, wie Besuche von Freunden, die Rückkehr eines geliebten Partners oder freundschaftliche Parties und andere Freizeitaktivitäten (ebenda, S. 52).

Konkrete Beispiele für die Kategorie „Relationships with friends” sind unter anderem:

„During a conversation I told my friend that I loved him. Initially he was stunned. Then to my surprise he said he loved me too. The emotion lasted for weeks. I told him how hurt I had been thinking that he might not be interested in me and how foolish we both had been.”

„…at the beach. A guy was present, we were lying on the beach, sunbathing, taking photographs, and saying nice words to each other…”

„ I met a friend for the first time outside the university lecture rooms. In our discussion we had noticed how incredibly close our views were. After only a few hours we felt as if we had known each other for a long time. I particularly remember the feeling I had when he said it would be wonderful to have a child with me and to stay with me forever.”

„Meeting friends” war eine fast ebenso häufig genannte Situation, die bei den Probanden Freude verursachte. Typische Beispiele aus den Fragebögen waren (ebenda):

„By sheer chance I met in my old village some acquaintances with whom I have a pleasant, and friendly relationship. My sister was with me. We sat together until 3.00 a.m. and had a pleasant party.“

„ I was lying in bed, reading. Suddenly the phone rang. It was after midnight. At first I could not make out who was on the other end. The name meant nothing to me. I was curious, my heart beat a little faster. Then I remembered that I had met him at a party. I was happy because I never expected him to call me after this chance meeting.”

“I had not met Andrea for about a month and our relationship at our last meeting was rather tense. Then, I ran into her in a restaurant. We sat down and talked together, and both felt at ease, because we again could talk openly to each other.”

Eine weitere, fast ebenso häufig genannte Freude auslösende Situationskategorie war „Success experiences in achievement situations“. Typischerweise ging es hier um Themen wie eine wichtige Prüfung zu bestehen oder den Führerschein zu schaffen. Konkrete Beispiele hierfür sind (ebenda, S. 54):

„I was successful in a public competition for working in a bank and it changed my family situation."

"I had to take a test for driving licence. I was terribly nervous beforehand. At the end of the test I stopped the car and the expert calmly said: 'That went very well.' He handed me the driving licence, and I was able to drive home by myself."

"Three weeks ago in the departmental director's office, I asked the director for a dissertation and to my surprise he gave it to me without any problem."

Als eine typischerweise Freude auslösende Situations-Kategorie wurden auch „Natural, non-cultural pleasures" genannt. Hiermit sind menschliche Grundbedürfnisse wie Essen, Trinken oder Sex gemeint. Angeführte typische Beispiele sind (ebenda, S. 54):

„I had prepared several litres of cold tea so as to have something to drink when coming home in the evening after training. When he returned from swimming and surfing, we were very thirsty and happy to have the tea."

„ We talked, laughed, ate, made love, slept…"

Die wichtigsten bzw. die am häufigsten genannten Indikatoren für die Emotion Freude bei Scherer et al. (1986) waren (Summerfield et al., S. 53):

1. <u>Joy/happiness</u>

a. Relationship with friends
b. Meeting friends
c. Success experiences
d. Natural, non-cultural pleasures
e. Good news – social context
f. Acquiring something material
g. Acquiring new friends
h. New experiences
i. Relationships with relatives
j. Acquiring new family members

Wallbott & Scherer (1986, S. 79) fassen die gleichen Kategorien für die Emotion Freude knapper zusammen:

1. <u>Joy/hapiness</u>

a. Relationships
b. Temporary meetings
c. Achievement
d. Body/mind centred

Beide Studien (Scherer et al., 1983; Wallbot et al., 1986) zeigen, dass Freude vor allem in und mit Beziehungen zu Freunden und bei Treffen von Freunden und Verwandten empfunden wird. Davon gefolgt sind Erfolgserfahrungen und körperliche Freuden (essen, trinken, Sex) (ebenda, S. 78).

Die am häufigsten angeführten Antezedenzsituationen für die Emotion „Sadness“ bzw. Trauer/Kummer waren „Problems with friends“, die äquivalent zur Emotion Freude („Relationships with friends“) auch auf soziale Kontakte bezogen sind (Summerfield et al., S. 55). Die Beziehungen zu Freunden und Verwandten sind also auch für die negative Emotion Trauer wesentliche Faktoren. Alle anderen genannten Kategorien wurden weniger häufig genannt. Konkrete Beispiele für die Kategorie „Problems with friends” sind (ebenda):

„I was at a friend’s home and some friends were there. My friend stammers. He was ignored and then molested by the others.”

„I had invited friends and acquaintances to a party I wanted to give, but only a few of them showed up.”

„I met with a friend for lunch to talk a little, when a friend of both of us appeared. I had to share my attention between both of them. Because of that situation the first friend, whom I wanted to talk to left very early.”

Eine weitere, fast ebenso häufig genannte Trauer auslösende Situationskategorie war „The death of friends“. Konkrete Beispiele hierfür sind (ebenda):

„I was thinking about something which triggered off a memory of a schoolfriend who was killed in a great road-accident. He was a brilliant scholar and a wonderful personality. His life wasted and for what?”

„A friend died under terrible pain, but fully conscious, because of cancer.”

Weitere häufig genannte, typischerweise Trauer auslösende Situationskategorien waren: „Death of relatives“, „Problems with relatives” und „Sickness” (eigene oder die von einer nahestehenden Personen). Angeführte, typische Beispiele sind (ebenda):

„I moved out of my parent’s house a few years ago. I no longer have a key. My parents were going on holidays, so I asked them to give me a key, so I could go to their house now and then. I did not receive a key and my mother informed me, through my father, that she did not want me to go into the house, when they were not there.”

„I was sitting in a train. A woman accompanied by two pretty 15-year-old girls entered the carriage and showed these girls the places opposite me without saying a word. I realized that the girls were dear and dumb. After the journey I was in a pensive mood. The situation had caused me to think a lot…”

„Psychosis of my girlfriend: After a three-month manic phase of depression I brought her to the clinic. Standing in the hall, she looked lost. When I said good-bye to her, she hardly seemed to notice."

Die wichtigsten bzw. die am häufigsten genannten Indikatoren für die Emotion Trauer bei Scherer et al. (1986) waren (Summerfield et al., S. 57):

1. <u>Sadness/grief</u>

a. Problems with friends
b. Death of friends
c. Sickness (own or others)
d. Death of relatives
e. Permanent separation from friends
f. Problems with relatives
g. Failure in achievement situations
h. Bad news – social context
i. Bad news – mass media
j. Temporary separation from friends
k. Solitude
l. End of pleasurable experience
m. General depression

Wallbott et al. (1986, S. 79) fassen die gleichen Kategorien für die Emotion Trauer wieder knapper zusammen:

1. <u>Sadness/grief</u>

a. Relationships
b. Birth/death
c. Body/mind centred
d. Bad news
e. Permanent separation

Für die Emotion Trauer waren also vor allem Probleme mit oder in Beziehungen verantwortlich. Trennungen von FreundInnen oder PartnerInnen können sich auf zwischenmenschliche Beziehungsprobleme, aber auch auf den Tod einer PartnerIn beziehen. Weitere Trauer auslösende Situationen bezogen sich auf körperliche Probleme wie Krankheiten oder ganz allgemein auf schlechte Neuigkeiten (Wallbott et al., 1986, S. 80).

Die am häufigsten angeführten Antezedenzsituationen für die Emotion „Fear“ bzw. Furcht/Angst bezogen sich auf „Traffic“ (Summerfield et al., 1986, S. 57). Konkrete Beispiele für die Kategorie „Traffic” sind unter anderen (ebenda):

„Two months ago, in a car. Four friends were present. We were trying to change lanes. Another car crashed into us.”

„I crossed the street, when I suddenly got a glimpse of a car approaching at a very high speed.”

„I drove with a friend on the motorway at night. The friend was a little drunk and the street was wet because it had rained.”

Eine weitere aus der Erinnerung häufig genannte Angst auslösende Situation war „Physical aggression by others”. Typische Beispiele aus den Fragebögen waren (ebenda, S. 57):

„It was a dark night. A robber threatened me with a gun and tried to jerk my handbag away from me. We struggled for a few moments. I shouted and a plain-clothes policeman appeared.”

„About three weeks ago, in a demonstration. A large number of opponents started teasing and cursing us. They later became more violent.”

Fast ebenso häufig wurden unspezifische Situationen als Angst auslösend genannt. Diese Beschreibungen klingen teilweise wie Szenen aus Kriminal- oder Horrorfilmen und sind daher sehr einfach auf die Filmanalyse anzuwenden. Mit der Kategorie „The unknown“ sind folgende Situationserinnerungen gemeint (ebenda, S. 59):

„I walked home in the dark and had to pass through a badly illuminated lonely street. Nobody was to be seen.”

„I was at home alone. Since our house was about to be painted, there was scaffolding outside, by which anybody could climb to our floor. I kept hearing noises and thought that somebody might try to enter our flat.”

Obwohl weniger oft genannt, passen Situationen, die Ängste vor übernatürlichen Phänomenen auslösen, zu diesen relativ unspezifischen Ängsten. Sie wurden in der Kategorie „The supernatural“ kodiert (ebenda):

„I had seen a television programme about parapsychological phenomena and spiritual apparitions. I was at home at night and I was frightened of seeing an apparition.”

Eine weitere häufig genannte typischerweise Angst auslösende Situationskategorie war: „Failure in achievement situations”. Diese Kategorie hat sich in einer ähnlichen Form auch schon bei der Emotion Trauer und auch bei Freude als relevanter Emotionsauslöser gezeigt – der Unterschied liegt offensichtlich in der zeitlichen Dimension (vor oder nach einem Ereignis in Zusammenhang mit Erfolg oder Misserfolg).

Angeführte typische Beispiele für Angst auslösende Situationen, die mit Erfolgsdruck bzw. Misserfolgsmöglichkeit einhergehen sind (ebenda):

„Some months ago, in the university, just before an exam. I always panic before exams because I think I am going to fail."

„I had decided on a theme from my diploma work and the professor had agreed on that theme. When I started working on the topic, I realized that most of the important references I needed were not readily available."

„I had to give a speech, which is something I do not like doing. I was very nervous at the beginning, especially when people entered the room and took their seats."

Die wichtigsten bzw. die am häufigsten genannten Indikatoren für die Emotion Angst bei Scherer et al. (1986) waren (Summerfield et al., 1986, S. 58):

1. <u>Fear/fright</u>

a. Traffic
b. Physical aggression
c. The unknown
d. Failure in achievement situations
e. Sickness
f. Risk-taking
g. Death of relatives
h. External forces
i. The supernatural
j. Problems with friends

Wallbott et al. (1986, S. 80) fassen die gleichen Kategorien für die Emotion Angst auch wieder knapper zusammen:

1. <u>Fear/fright</u>

a. Traffic
b. Interactions with strangers
c. Novel situations
d. Achievement
e. Risk-taking and external forces

Furcht auslösend waren in Summe also vor allem gefährliche Verkehrssituationen, Angriffe bzw. Bedrohungen durch Fremde (sexual assault, robbery, hooliganism), ungewohnte Situationen mit unbekannten Personen oder Objekten mit angsteinflößen-

der Erscheinung, Versagensängste in Prüfungs- oder Stresssituationen und Gefahren in risikoreichen Situationen (ebenda, S. 81).

Die am häufigsten angeführten Antezedenzsituationen für die Emotion „Anger“ bzw. Ärger/Wut waren „Failure of friends to conform to social norms“. Auch hier zeigt sich die emotional hohe Relevanz des Verhaltens von Freunden und Verwandten. Für die Emotion Freude waren ähnliche Kategorien wesentlich: Z.B. „Relationships with friends“ oder „Relationships with relatives“. Ärger auslösende Situationen scheinen vor allem Situationen zu sein, in denen jemand implizite oder explizite soziale Normen oder Regeln verletzt oder in denen sich die ProbandInnen ungerecht behandelt fühlen (Summerfield et al., S. 59). Konkrete Beispiele für die Kategorie „Failure to conform to social norms and rules” sind unter anderen (ebenda, S. 61):

„I had an appointment with my friend at a specific time. I waited for hours and hours, until she finally arrived without having an explanation for her being late.”

„I was going to spend a day with my friend. But two other persons also present disturbed our conversation with rude jokes and inconsiderate behavior.”

„My mother and my brother were present. My brother kept some things belonging to me, and my mother supported him wholeheartedly.”

In der Kategorie Ungerechtigkeiten oder Unannehmlichkeiten waren zum Beispiel (ebenda):

„I had an exam which I had expected to pass. A lecturer showed me what I had done, but I could still see no reason for the failure.“

„The last available ticket for a concert was snatched away right under my nose, because the ticket agent ‘overlooked’ me though it would have been my turn.“

„I had parked my motorcycle in the centre of the town in the morning. When I came to collect it at 5.00 p.m. I noticed that the basket which had been fixed to it lay in the street and that there was no air in the tyres.“

Die wichtigsten bzw. die am häufigsten genannten Indikatoren für die Emotion Ärger bei Scherer et al. (1986) waren (Summerfield et al., 1986, S. 61):

1. <u>Anger/rage</u>

a. Failure of friends
b. Failure of strangers
c. Inappropriate rewards
d. Failure of relatives
e. Inconvenience
f. Failure to reach goals

Wallbott et al. (1986, S. 82) fassen die gleichen Kategorien für die Emotion Ärger auch hier wieder knapper zusammen:

1. **Anger/rage**
    a. Relationships
    b. Injustice
    c. Interactions with strangers
    d. Inconveninence

Auffällig ist wieder, dass auch für die Emotion Ärger persönliche Beziehungen die wesentlichste Auslöserkategorie darstellt. Ungerechtigkeiten und die Verletzung von sozialen Normen folgen auf den Plätzen. Interaktionen mit Fremden (häufig im Zusammenhang mit Schaden für das Eigentum) und unnötige Unannehmlichkeiten (unerwartet und ungerechtfertigt) waren weitere typische Ärger auslösende Situationen (ebenda, S. 83).

Da in allen Grundemotionen die zwischenmenschlichen Beziehungen am häufigsten als emotionsauslösende Ursachen angegeben werden, verweisen Wallbott et al. (1986, S. 70) auf die grundlegenden und wesentlichen sozialen Funktionen der Emotionen („man is a social animal“). Soziale Beziehungen werden für den Menschen als essentiell und Emotionen in diesem Sinne als Warnsignale und adaptive Reaktionen auf mögliche soziale Problemstellungen interpretiert.

Shaver et al. (1987) untersuchten ebenso wie Sherer et al. (1983) und Wallbott et al. (1986) jene Situationen, die bei den ProbandInnen typischerweise bestimmte Emotionen auslösen. Sie verwendeten die Fragebogenmethode und stellten einerseits die Frage nach direkt selbst zuletzt erlebten Emotionen und den Antezedenzbedingungen, die deskriptiv erfasst wurden. Anderseits wurden die Probanden auch nach ihrer Einschätzung nach typischen Situationen befragt, die (allgemein, also auch bei anderen Menschen) zu bestimmten Emotionen führen. Neben den Grundemotionen Angst, Trauer, Ärger und Freude fragten die Autoren auch nach den typischerweise Liebe auslösenden Bedingungen. Bei dieser Studie entstanden dadurch genaue Beschreibungen der emotionsauslösenden Situationen zu fünf Grundemotionen aus persönlicher Erfahrung (reale, persönlich erlebte bzw. erinnerte Situationen) und allgemein angenommene Einschätzungen (typisch im Allgemeinen, auch auf andere Personen bezogene Situationen). Durch diese doppelte Fragestellung und durch einen detaillierten Fragebogen zu den Situationen und Reaktionen entstanden reichhaltige und detaillierte Beschreibungen (Shaver et al. 1987, S. 1072).

Als Beispiele für die sehr detaillierteren Antworten führen die Autoren u.a. die folgenden Beschreibungen an: Eine 18-jährige Probandin beschrieb eine Ärger auslösende Situation, die sie selbst erlebt hatte:

„My boyfriend overheard a friend of his giving me some very nice compliments and being a little suggestive. Because I did not return soon, he assumed something was going on. When I did return, he told me to get out of his life and that 'we were over'. I didn't know the reason for his behavior, and I became very defensive and angry. He went to beat up his friend; I tried to stop him in the elevator by not allowing the doors to close. Then I let him go and went to my room, slamming every door in my path. I was confused because I didn't know why he was so mad and being so mean to me. I was angry with him for acting the way he was over that I felt was no big deal. (I didn't know his assumptions; I at first did not know he had even heard part of what his friend had said.) I was also sad and scared our relationship ending, but anger overrode these feelings. I called him a jerk. I yelled at him. I said (excuse me, please) 'fuck you' and called him 'shit head.' I also tried to tell him he was wrong to act the way he was over no big deal. I hit and kicked and cursed him repeatedly. The anger lasted about 2 days. It subsided after he found out what really happened and apologized. He got my side of the story and talked with his friend (not a good talk), and our stories of course matched. He then felt really bad about his actions" (ebenda, S. 1073).

Ein 18-jähriger Proband berichtete über eine ebenfalls selbst erlebte Freude auslösende Situation:

„I had the opportunity to direct the first all-student musical ever done at my high school. I was producer-director, which put a lot of pressure and responsibility on me. But to see the final play and know that I contributed and brought it all together was great! The lady who usually directs the plays went up to the principal and asked him what they needed her for if the students could do it this well! I was so proud. I have never had as much fun or excitement as I did that closing night. Everyone was congratulating me, and it made me very naturally high. Everyone could tell I was excited and joyful. I just kept saying, 'We did it, and we did it great!' I had the biggest smile on my face, and I was hugging all of the cast members. I was on Cloud 9 for a long time. I acted so proud, I guess like a new father or something. The feeling lasted for about 2 or 3 days. The thing that made it subside was when I realized that it was over, and all the fun and excitement ended" (ebenda).

Als ein allgemeines Beispiel für eine nicht selbst erlebte, typischerweise Trauer auslösende Situation soll die Einschätzung einer 19-jährigen Probandin angeführt werden:

„Disappointments, and deaths of people that one really cares about. When the person has really put everything he has into something (like a relationship, a business venture, an application for a competitive scholarship) and that something doesn't work out, it's a disappointment and the person is sad. Another, more severe sadness is grief over the death of somebody the person really cared about, someone who has made a significant mark on a person's life, but now they are gone. This creates a feeling of loss or emptiness which is also a form of sadness. A sad person typically feels empty; they have lost something of great value. They may also feel lost. They don't know what to do next or where to turn. A sad person typically feels unable to remedy the situation. There is no way to make things better or erase what has happened. For example, the dead loved one is dead, and there's nothing you can do about it. A job not gotten is a job not gotten. A sad person speaks with both word and actions. He might actually tell a close friend how he feels: 'Something terrible has happened and I can't help is; I feel devastated, lost, and empty.' But people on the street can tell it even if he doesn't say anything. He doesn't initiate conversation; he seems weary with everything. He is likely not to be at his physical best – perhaps his clothes are unironed, his hair uncombed; maybe he doesn't smile even at people he knows. The person might look physically exhausted and drooped over, like he hasn't slept in days. Circles under the eyes, et cetera. Generally run down. Sad people usually act as if nothing they are doing has much significance. As if at work, or at home or whatever, they are just going through the motions of living“ (ebenda).

Diese – aus der Sicht der Probandin – typische Beschreibung einer traurigen Person ist allgemeiner und charakterisierender gehalten als die eher situativ und episodisch geschilderten realen, eigenen emotionsauslösenden Beispiele. Aus den oben genannten Beispielen (vor allem in der Beschreibung der 18-jährigen Probandin) kann man auch folgern, dass in einer emotionsauslösenden Situation grundsätzlich nicht nur eine Emotion im Spiel sein muss, dass aber meist eine dominante Emotion angenommen werden kann: „I was also sad and scared about our relationship ending, but anger overrode these feelings“ (ebenda). Daraus folgt für die Kodieranweisung, dass prinzipiell die dominante potenzielle Emotion kodiert wird. Nur in sehr komplexen Situationen ist eine Doppelkodierung möglich (bei geringer Diskriminationsmöglichkeit). Shaver et al. (1987) erhoben nicht nur die emotionsauslösenden Situationen, sondern auch die Reaktionen (physiologisch, kognitiv) und die Kontrollmechanismen („self-control procedures“). Für die vorliegende Arbeit sind aber vor allem die Situations-Beschreibungen wesentlich. Shaver et al. (ebenda, S. 1081) leiteten in Summe Prototypen zu fünf Basisemotionen ab. Die jeweiligen Unterkategorien sind ihrer Meinung nach als spezifischere Ausprägungen der gleichen Basisemotion zu verstehen, die vor

allem etwas über die Intensität der Basisemotion und über die emotionsauslösenden Kontextbedingungen aussagen. Shaver et al. interpretieren die Ergebnisse wie Sherer et al. (1983) und Wallbot et al. (1986) im Rahmen der kognitiven Emotionstheorien und gehen für die Basisemotionen von kognitiven, skriptähnlichen Repräsentationen aus: „…there seems to be a generic scriptlike representation of each ot the basic-level emotions“ (Shaver et al., 1987, S. 1081). Die kognitiven Skripts der RezipientInnen zu den Grundemotionen können auch aus dieser Sicht inhaltsanalytisch klar auf die Filmskripts angewendet werden. Shaver et al (ebenda) verweisen sogar explizit darauf, wie man in einem Roman oder Film Angst glaubwürdig vermitteln kann:

> If one were to try to convey fear, say in a novel or a film, Figure 4 suggests that one would want to communicate the threat of harm or death, if possible in an unfamiliar or unpredictable environment and in a situation in which the protagonist is vulnerable or lacking in control; to portray the potential victim's jitteriness and tendency to imagine disaster (perhaps in 'flash-forward'); and to show the victim either screaming or utterly speechless. Taken together, these elements of fear, which of course are often used to depict this emotion, could not possibly be mistaken for any other basic emotion. (S. 1077)

Am Beginn von Angst steht nach Shaver et al. (1987, S. 1076) grundsätzlich ein Interpretationsprozess, der ein Ereignis auf potenzielle Gefahren für das Selbst untersucht – vor allem hinsichtlich körperlicher Gefahren, Verlust, Zurückweisung oder Versagen. Häufig genannt wurden situative Faktoren (ungewohnte Situationen, im Finsteren sein bzw. alleine sein), die die wahrgenommene eigene Verletzlichkeit erhöhen. Potenzielle Gefahren können für die Gesundheit, die soziale Position oder der wahrgenommenen Kompetenz drohen. Ängstliche Personen fühlen sich häufig und relativ hilflos Gefahren ausgeliefert und sehen nur Flucht oder Verstecken als mögliche Reaktion.

Zusammenfassend beschreiben Shaver et al. (ebenda) die Emotion Angst prototypisch wie folgt:

<u>Antezedenzsituationen</u>

- Threat of social rejection
- Possibility of loss or failure
- Loss of control or competence
- Threat of harm or death
- Being in a novel, unfamiliar situation
- Being alone (walking alone, etc.)

- Being in the dark

Reaktionen

- Sweating, perspiring
- Feeling nervous, jittery, jumpy
- Shaking, quivering, trembling
- Eyes darting, looking quickly around
- Nervous, fearful talk
- Shaky, trembling voice
- Crying, whimpering
- Screaming, yelling
- Pleading, crying for help
- Fleeing, running, walking hurriedly
- Picturing a disastrous conclusion to events in progress
- Losing the ability to focus; disoriented, dazed, out of control
- Hiding from the threat, trying not to move
- Talking less, being speechless

Selbstkontrolle bzw. self-control procedures

- Acting unafraid, hiding the fear from others
- Comforting oneself, telling oneself everything is all right, trying to keep calm

Trauer beginnt typischerweise mit einer Situation in der die potenzielle Gefahr zur unausweichlichen Realität geworden ist (ebenda, S. 1077). Die trauernde bzw. traurige Person erlebt ein ungewolltes Resultat – oft ein Ergebnis, das die ängstliche Person zu verhindern sucht (Tod eines nahestehenden Menschen oder Lebewesens, Verlust einer Partnerschaft oder soziale Zurückweisungen). Ähnlich wie bei Angst ist auch bei Trauer die Erkenntnis der Machtlosigkeit und Hilflosigkeit wesentlich – die Ereignisse können in der Wahrnehmung der Person nicht mehr geändert werden. Traurige Personen werden inaktiv, lethargisch, ziehen sich von sozialem Kontakt zurück, sprechen wenig bzw. weinen. Die Gedanken gehen in eine negative Richtung und drehen sich um die negativen Aspekte der Geschehnisse. Traurige Individuen zeichnen sich durch Perspektiven- und Hoffnungslosigkeit aus.

Zusammenfassend beschreiben Shaver et al. (1987, S. 1077) die Emotion Trauer prototypisch wie folgt:

Antezedenzsituationen

- An undesirable outcome; getting what was not wanted; a negative surprise
- Death of a loved one
- Loss of a valued relationship; separation
- Rejection, exclusion, disapproval
- Not getting what was wanted, wished for, striven for, etc.
- Reality falling short of expectations; things being worse than anticipated
- Discovering that one is powerless, helpless, impotent
- Empathy with someone who is sad, hurt, etc.

Reaktionen

- Sitting or lying around; being inactive, lethargic, listless
- Tired, rundown, low in energy
- Slow, shuffling movements
- Slumped, drooping posture
- Withdrawing from social contact
- Talking little or not at all
- Low, quiet, low, monotonous voice
- Saying sad things
- Frowning, not smiling
- Crying, tears, whimpering
- Irritable, touchy, grouchy
- Moping, brooding, being moody
- Negative outlook; thinking only about the negative side of things
- Giving up; no longer trying to improve or control the situation
- Blaming, criticizing oneself
- Talking to someone about the sad feelings or events

Selbstkontrolle bzw. self-control procedures

- Taking action, becoming active (either to improve the situation or to alter one's feelings)
- Suppressing the negative feelings; looking on the positive or bright side; trying to act happy

Ärger auslösende Situationen fassen Shaver et al. (ebenda, S. 1077) wie folgt zusammen: Etwas (meistens eine andere Person) stört die Ausführung eines (legitimen) Plans oder die Erreichung von Zielen (durch die Reduktion der Macht oder Mög-

lichkeiten der ProbandInnen bzw. Gefährdung der Erwartungen, Frustrieren oder Stören von zielgerichteten Aktivitäten) oder die ProbandInnen fühlen sich durch eine andere Person gefährdet (psychische oder physische Schmerzen bzw. Gefahren). Wesentlich ist auch die Wahrnehmung der ProbandInnen der Ungerechtigkeit bzw. Unangemessenheit der Störung oder der Gefährdung durch eine andere Person. Im Unterschied zur ängstlichen Person (Flucht oder Verstecken als einziger Ausweg) beschreiben ärgerliche Personen, dass sie „stärker“ werden, um gegen den Auslöser des Ärgers aktiv zu werden. Die Aktivitäten scheinen wahrgenommene Ungerechtigkeiten korrigieren zu wollen, Macht und Status wieder herzustellen und die angreifende Person zu Regelbefolgung zu bringen bzw. zu ängstigen. Ärgerliche Personen attackieren den Grund des Ärgernisses verbal, stellen sich physische Gewalt/Attacken gegen die Ursache des Ärgers vor und kommunizieren Ärger auch nonverbal (Türen laut zuwerfen etc.). Ärger kanalisiert – ähnlich wie andere Emotionen – Wahrnehmung und Gedanken (die ärgerliche Person hat Recht und der Rest der Welt ist im Unrecht…).
Zusammenfassend beschreiben Shaver et al. (ebenda, S. 1078) die Emotion Ärger prototypisch wie folgt:

<u>Antezedenzsituationen</u>

- Predisposition to anger, either because of previous similar or related experiences or because of stress, overload, fatigue, etc.
- reversal or sudden loss of power, status or respect; insult
- Violation of an expectation; things not working out as planned
- Frustration or interruption of a goal-directed activity
- Real or threatened physical of psychological pain
- Judgment that the situation is illegitimate, wring, unfair, contrary to what ought to be

<u>Reaktionen</u>

- Obscenities, cursing
- Verbally attacking the cause of anger
- Loud voice, yelling, screaming, shouting
- Complaining, bitching, talking about how lousy things are
- Hands or fists clenched
- Aggressive, threatening movements or gestures
- Attacking something other than the cause of anger (e.g., pounding on something, throwing things)
- Physically attacking the cause of anger

- Incoherent, out-of-control, highly emotional behavior
- Imagining attacking or hurting the cause of anger
- Heavy walk, stomping
- Tightness or rigidity in body; tight, rigid movements
- Nonverbal communication disapproval to the cause of anger (e.g., slamming doors, walking out)
- Frowning, not smiling, mean or unpleasant expression
- Gritting teeth, showing teeth, breathing through teeth
- Red, flushed face
- Crying
- Feeling of nervous tension, anxiety, discomfort
- Brooding; withdrawing from social contact
- Narrowing of attention to exclude all but the anger situation; not being able to think of anything else
- Thinking “I’m right, everyone else is wrong”

<u>Selbstkontrolle bzw. self-control procedures</u>

- Suppressing the anger; trying not to show or express it
- Redefining the situation or trying to view it in such a way that anger is not longer appropriate

Freude wird als das gegenteilige Konzept zu Trauer beschrieben (ebenda, S. 1078). Während Trauer von Situationen ausgelöst wird, in denen die Person mit ungewünschten bzw. unerfreulichen Ergebnissen konfrontiert wird (u.a. soziale Zurückweisung, Verlust einer geschätzten Beziehung), folgt Freude prototypisch auf Situationen, in denen gewünschte oder erhoffte Umstände in den Bereichen Leistung (Erfolg, gut bewältigte Aufgaben, Erreichen von Zielen) oder im sozialen Bereich (Wertschätzung oder Zuneigung durch Andere) eintreten. Die Reaktionen, die von den ProbandInnen berichtet wurden, zeigen ebenfalls in eine gegensätzliche Seite: Bei Trauer zieht sich die Person eher zurück, wogegen bei Freude die Person sozialen Kontakt sucht (freundliches Verhalten, andere Personen umarmen, etc.) und ihre positiven Gefühle ausdrückt oder allgemein kommunikativ wird. Trauer wird mit Inaktivität und geringer Energie assoziiert, Freude hingegen bedeutet Aktivität und generell mehr Lebensenergie. Weinen, wimmern oder wenig reden bei Trauer steht lachen, schmunzeln und viel reden bei Freude gegenüber. Die freudige Person kanalisiert auch ihre Gedanken, aber eben nicht auf die negativen Aspekte eines Ereignisses, sondern auf die positiven

Resultate und fühlt sich relativ unverletzlich gegenüber Schwierigkeiten, Sorgen oder Ärger.

Zusammenfassend beschreiben Shaver et al. (ebenda, S. 1079) die Emotion Freude prototypisch wie folgt:

Antezedenzsituationen

- Task success, achievement
- A desirable outcome; getting what was wanted
- Receiving esteem, respect, praise
- Getting something that was striven for, worried about, etc.
- Reality exceeding expectations; things being better than expected
- Receiving a wonderful surprise
- Experiencing highly pleasurable stimuli or sensations
- Being accepted, belonging
- Receiving love, liking, affection

Reaktionen

- Being courteous, friendly toward others
- Doing nice things for other people
- Cummunicating the good feeling to others (or trying to)
- Sharing the feeling (to make others feel good)
- Hugging people
- Positive outlook; seeing only the bright side
- High threshold for worry, annoyance, etc. (feeling invulnerable)
- Giggling, laughing
- Feeling excited
- Physically energetic, active, “hyper”
- Being bouncy, bubbly
- Jumping up and down
- Saying positive things
- Voice is enthusiastic, excited
- Being talkative, talking a lot
- Smiling
- Bright, glowing face

Liebe wird bei Shaver et al. (ebenda, S. 1078) im Gegensatz zu Scherer et al. (1983) und zu Wallbott et al. (1986) als eigene Grundemotion beschrieben. Allerdings ist auch bei Shaver et al. die Nähe zur Emotion Freude evident. Zwei Antezedenzbedingungen sind typischerweise ähnlich wie bei Freude: Die Beurteilung, dass das Objekt der Liebe etwas repräsentiert bzw. bietet, dass der Liebende möchte, braucht oder mag und die Wahrnehmung, dass auch das Objekt der Liebe den Liebenden liebt, braucht oder wertschätzt. In Summe geht es also um etwas, das sich die Person wünscht und auch bekommt. Bei Freude ist es aber eine allgemeinere Emotion, währenddessen die Emotion Liebe personalisiert ist. Weitere Antezedenzbedingungen für die Emotion Liebe können auch gemeinsam verbrachte Zeit oder spezielle gemeinsame Erfahrungen sein. Die Gemeinsamkeit impliziert die personenbezogene Perspektive der Emotion Liebe. Die ProbandInnen gaben weiter an: die andere Person physisch oder psychisch attraktiv finden, eine außergewöhnlich gute Kommunikation bzw. Verständigung mit der anderen Person zu haben oder dass sich die Probanden in der Gegenwart der anderen Person besonders offen und vertrauensvoll fühlen. Die Reaktionen sind teilweise ähnlich wie bei Freude: Lächeln, sich aufgeregt und energiegeladen fühlen. Auch sozialer Kontakt wird gesucht – allerdings nicht generell, sondern wieder personenspezifisch – also auf das Objekt der Liebe bezogen (umarmen, küssen, die positiven Gefühle kommunizieren). Liebe kann also als eine Art personenspezifischer Form der Freude interpretiert werden. Gedanken werden ebenfalls kanalisiert: Die liebende Person sieht nur die positiven Seiten der anderen Person, fühlt sich selbst – wie die freudige Person – selbstbewusst und unverwundbar. Die ProbandInnen berichteten auch von angenehmen, wärmenden, vertrauensvollen und geborgenen Gefühlen in der Gegenwart des Liebesobjekts.

Zusammenfassend beschreiben Shaver et al. (1987, S. 1079) die Emotion Liebe prototypisch wie folgt („O“ steht dafür für Objekt der Liebe und „P“ für Person):

<u>Antezedenzsituationen</u>

- Offers/provides something that P wants, needs, likes
- P knows/realizes that O loves, needs, appreciates him/her
- P finds O attractive (physically and/or psychologically)
- Exceptionally good communication
- Inspires openness, trust, security, etc. in P
- Having spent a lot of time together, having shared special experiences

<u>Reaktionen</u>

- Being forgetful, distrected, etc.; daydreaming

- Being obsessed with O, not being able to take eyes or thoughts off O
- Wanting the best for O, wanting to give to O
- Wanting/seeking to see, spend time with, spend life with O
- Saying “I love you”
- Expressing positive feelings to O
- Wanting/seeking physical closeness or sex with O
- Kissing
- Touching, petting
- Hugging, holding, cuddling
- Eye contact, mutual gaze
- Feeling excited, high in energy, fast heartbeat, etc.
- Feeling/acting self-confident, assertive, invulnerable
- Seeing only the positive side; everything seems wonderful
- Feeling happy, joyful, exuberant, etc.
- Feeling war, trusting, secure, etc.
- Feeling relaxed, calm
- Smiling

Für die Filmanalyse scheint es sinnvoll, die Erweiterung der Grundemotionen durch die eigene Kategorie Liebe auf die Inhaltsanalyse anzuwenden und nicht als Unterkategorie von Freude zu operationalisieren, da in unzähligen Filmen unterschiedliche Schattierungen der Grundemotion Liebe dargestellt werden (romantisch, partnerschaftlich, begehrend, körperlich, sexuell, allgemeine Zuneigung, mütterlich, aufopfernd etc.).

Grundsätzlich sei an dieser Stelle nochmals darauf hingewiesen, dass durch die „plastischen“ und gut nachvollziehbaren szenischen Beschreibungen der ProbandInnen der drei oben genannten Studien eine Anwendung der fünf Grundemotionen für die Filmanalyse gut und relativ eindeutig übertragbar sind.

Aus den drei oben genannten empirischen Studien werden im Folgenden die inhaltsanalytischen Kategorien und Indikatoren gebildet, die – im nächsten Schritt – der Probekodierung, eingesetzt werden. Zur verbesserten Illustration folgt eine Übersicht zu den potenziell emotionsauslösenden Situationen der drei oben dargestellten Studien (Scherer et al., 1983; Wallbott et al., 1986; Shaver et al., 1987):

Tabelle 1

Angst auslösende Situationen im Vergleich als Basis der Kategorienbildung

Überblick (Schmidt-Atzert, 1996)	Scherer et al. (1983)	Wallbott et al, (1986)	Shaver et al. (1987)	Kategorien / Kodierung
Verkehrssituationen	Dangerous situations in traffic (rücksichtsloses Fahren, beinahe Verwicklung in Unfälle, etc.)	Traffic (Autounfälle, gefährliche Verkehrssituationen)		Gefahr durch Verkehr (Auto, Bahn, Flugzeug, etc.)
Gewaltverbrechen Gefahr von Schaden oder Tod	Sexual assault, robbery, or hooliganism (gefühlte Möglichkeit Opfer eines Gewaltverbrechens zu werden, Überfall, Einbruch, Vandalismus, etc.)	Physical aggression (körperliche Bedrohungen, u.a. mit Waffen, Überfälle, Schlägerei, etc.) Death of relatives Sickness	Threat of harm or death (Physische Gefahr oder potenzielle Gefahr) Being alone (walking alone, etc.) Being in the dark	Gefahr durch Gewaltverbrechen für die Person selbst, Verwandte und Freunde Gefahr durch Krankheiten
Gefahr sozialer Zurückweisung		Problems with friends	Threat of social rejection (Soziale Position in Gefahr, Missachtung, Statusverlust)	Soziale Zurückweisung durch Freunde, Verwandte und andere Gruppen (Schule, Arbeit, Öffentlichkeit)
	Fear of failure in achievement situations (Belastungs- bzw. Testsituationen)	Failure in achievement situations (Prüfungen, öffentliche Ansprachen, etc.)	Loss of control or competence (Hilflosigkeitsgefühl, dem Schicksal ausgeliefert sein, Flucht oder Verstecken als einziger Ausweg) Possibility of loss or failure (Versagensängste)	Versagen in Belastungssituationen (Test, öffentliche Auftritte)
Neue Ereignisse Neue Situationen		The unknown (alleine auf einer dunklen Straße oder nachts zu Hause, aber auch allgemeine Unsicherheit und Druck) Novel situations	Being in a novel, unfamiliar situation (Unsicherheit in ungewohnten Situationen, Kontrollverlust)	Ungewohnte Situationen in neuem Umfeld
Interaktion mit Fremden		Interactions with strangers		Interaktionen mit Fremden
Risiken eingehen		Risk-taking External forces		Gefahr durch risikoreiche Situationen
	Fear of supernatural forces and horror films (u.a. nach Sichtung eines Horrorfilms)	The supernatural (übernatürliche Phänomene, oft nach Filmkonsum)		Übernatürliche Gefahren

Tabelle 2

Traurigkeit auslösende Situationen im Vergleich als Basis der Kategorienbildung

Überblick (Schmidt-Atzert, 1996)	Scherer et al. (1983)	Wallbott et al. (1986)	Shaver et al. (1987)	Kategorien / Kodierung
Tod eines nahestehenden Lebewesens Tod einer geliebten Person	Death of close organism (Mensch oder Tier)	Death of friends (Unfälle, Krankheiten, etc.) Death of relatives	Death of a loved one (unveränderliche Realität)	Tod eines nahestehenden Lebewesens (Partner, Verwandte, Freunde, Tiere)
Probleme mit Beziehungen Abbruch einer Beziehung Probleme mit Freunden oder Verwandten Vorübergehende Trennung	Problems with relationships (Trennungen von Freunden oder Partner; nicht erwiderte Gefühle)	Problems with friends (Missverständnisse, Missachtung, geringe Aufmerksamkeit, etc.) Permanent separation from friends Problems with relatives Temporary separation from friends Solitude Relationships Bad news – social context	Loss of a valued relationship (endgültiger Verlust, nicht mehr korrigierbar, Perspektivelosigkeit und Endgültigkeit) Separation Rejection Exclusion Disapproval	Trennung von Partnern Freunden Familienmitgliedern Einsamkeit Soziale Ablehnung, Ausgrenzung und Zurückweisung
Misserfolg	Failure/frustration (Belastungs- bzw. Testsituationen)	Failure in achievement situations		Misserfolg in Belastungssituationen
Unerwünschtes Ergebnis		Bad news Bad news – mass media	An undesirable outcome (was befürchtet wurde, ist eingetreten und kann nicht mehr geändert werden) Getting what was not wanted A negative surprise Not getting what was wanted, wished for, striven for, etc. Reality falling short of expectations Things being worse than anticipated	Unerwünschte Ergebnisse Nichterreichen von Zielen Negative Überraschungen Schlechte Neuigkeiten
	Depression/alienation (allgemeine Depression ohne spezifischen Grund)	General depression End of pleasurable experience		Allgemeine Depression Ende von vergnüglichen Zeiten
		Body/mind centred Sickness (own or others)	Discovering that one is powerless, helpless, impotent (Machtlosigkeit, Hilflosigkeit) Empathy with someone who is sad, hurt, etc. (Mitleid, Empathie mit dem Schicksal einer anderen Person)	Körperliche Probleme, Krankheiten und Schwächen Mitleid, Empathie

Tabelle 3

Ärger auslösende Situationen im Vergleich als Basis der Kategorienbildung

Überblick (Schmidt-Atzert, 1996)	Scherer et al. (1983)	Wallbott et al. (1986)	Shaver et al. (1987)	Kategorien / Kodierung
Persönliche Beziehungen Zwischenmenschliche Probleme	Personal Relationships (Partner verhält sich nicht so, wie er sollte) Interpersonal problems (Unhöflichkeiten, Unachtsamkeiten)	Relationships	Relationships (als konkretes Beispiel genannt)	Probleme mit persönlichen Beziehungen Probleme mit Verwandten und Freunden
Rücksichtsloses Verhalten, das soziale Normen verletzt	Negligence by other people Unnecessary inconvenience (Unangenehme Situationen ohne Absicht anderer, aber teilweise durch Unachtsamkeit, etc.)	Failure of friends to conform to social norms (Pünktlichkeit, Unachtsamkeit, Unfreundlichkeit, etc.) Failure of relatives to conform to social norms Failure of strangers to conform to social norms Interactions with strangers	Illegitime Störung bzw. Behinderung durch andere Personen (siehe unten)	Rücksichtsloses Verhalten von anderen
	Social property damage (Vandalisums auf öffentliches Eigentum wie Telefonapparte, etc.) Socially unreasonable behavior (Kind wird ohne Grund in Öffentlichkeit geschlagen)		Reversal or sudden loss of power, status or respect; insult (meist durch andere Personen behindert)	Verlust der sozialen Position durch Verlust der Macht, Status oder durch Beleidigungen
Ungerechtigkeit Ungerecht behandelt werden		Injustice (Prüfungen, Übersehen beim Anstellen, etc.) Inappropriate rewards	Judgment that the situation is illegitimate, wrong, unfair, contrary to what ought to be (meist durch andere Personen behindert, illegitime Störung – siehe oben)	Ungerechtigkeiten
Beschädigung von Eigentum		Inconvenience (persönlicher Besitz beschädigt, etc.)		Beschädigung oder Missachtung von Eigentum
Verletzung von Erwartungen		Failure to reach goals	Violation of an expectation; things not working out as planned (meist durch andere Personen behindert)	Misserfolg und Enttäuschung im Widerspruch zu Erwartungen
			Frustration or interruption of a goal-directed activity (meist durch andere Personen behindert)	Unterbrechung von zielgerichteten Aktivitäten
Realer oder angedrohter Schmerz			Real or threatened physical or psychological pain	Androhung von körperlichem oder psychischem Schmerz
			Predisposition to anger, either because of previous similar or related experiences or because of stress, overloead, fatigue, etc.	

Tabelle 4

Freude auslösende Situationen im Vergleich als Basis der Kategorienbildung

Überblick (Schmidt-Atzert, 1996)	Scherer et al. (1983)	Wallbott und Scherer (1986)	Shaver et al. (1987)	Kategorien / Kodierung
Beziehungen zu Freunden und Verwandten Begegnungen/Treffen	Relationship with friends (Treffen, reden, gute Kommunikation & Austausch)	Relationship with friends (Besuch von Freunden, Parties, gute Gespräche bzw. Kommunikation, Rückkehr des Partners, Liebesbekundungen, etc.) Meeting friends (Gespräche, Treffen) Acquiring new friends Relationships with relatives Acquiring new family members Temporary meetings Relationships Good news – social context Liebesbekundungen, Liebesszenen, Partner-Gespräche etc. werden in der Kategorie "Liebe" kodiert!	Being accepted, belonging Receiving love, liking, affection (Partnerbezogene Liebesbekundungen extra unter „Liebe" kodiert)	Beziehungen mit Partnern, Freunden und Verwandten
Erfolgserlebnisse Bekommen was man wollte Achtung Respekt Lob erhalten	Success experiences (Prüfungen, etc.) Achievement	Success experiences in achievement situations (Prüfungen bestehen, Job-Bewerbungen, Führerschein, etc.)	Task success, achievement (z.B. Bühnenerfolg als Regisseur) A desirable outcome; getting what was wanted (Erwartungen erfüllt oder übertroffen) Getting something that was striven for, worried about, etc. (Wünsche werden erfüllt) Reality exceeding expectations; things being better than expected Receiving esteem, respect, praise	Erfolgserlebnisse ev Teilung in persönliche und öffentliche Anerkennung?
		Acquiring something material New experiences	Receiving a wonderful surprise	Gute Überraschungen, positive Situationen und Geschenke
Bedürfnisbefriedigung		Body/mind centred (essen, trinken, Sex) Natural, non-cultural pleasures Sex – wird in der Kategorie "Liebe" kodiert!	Experiencing highly pleasurable stimuli or sensations	Körperliche Freuden (essen, trinken, nicht sexuell – wird als eigene Kategorie unter Liebe kodiert)

7.3 Kodierung und Kodiereinheiten

Die Kategorien der Inhaltsanalyse werden direkt aus den oben genannten empirischen Arbeiten abgeleitet. Damit werden die prototypischen Antworten zu den emotionsauslösenden Situationen zur Vorlage der Kodieranweisung für die jeweilige Emotion. Die Beschreibungen der Versuchspersonen über die spezifischen emotionsauslösenden Situationen bilden die Indikatoren für die inhaltsanalytische Zuordnung zur jeweiligen Emotion. Damit wird nicht über den abstrakten Begriff einer Emotion kodiert wird, sondern von empirisch erhobenen Situationsdefinitionen direkt auf das Filmmaterial, was die Kodiergenauigkeit erhöhen sollte. Um einen möglichst schmalen „Interpretationskorridor“ (Früh 2007, S. 116) der Haupt- aber auch Unterkategorien zu ermöglichen, werden mögliche Situationsbeschreibungen in einem umfassenden Kategoriensystem expliziert. Als Kodiereinheit der vorliegenden Inhaltsanalyse dienen die Film-Sequenzen der ausgewählten Filme.

> Als Sequenz wird dabei eine Handlungseinheit verstanden, die zumeist mehrere Einstellungen umfasst und sich durch ein Handlungskontinuum von anderen Handlungseinheiten unterscheidet. In der Regel werden Handlungseinheiten durch einen Ortswechsel, eine Veränderung der Figurenkonstellation und durch einen Wechsel in der erzählten Zeit bzw. der Erzählzeit markiert. (Hickethier 2007, S. 35)

Damit wird die Kodiereinheit sowohl auf formal-syntaktischer (Wechsel der ProtagonistInnen, Orts- oder Zeitebenenwechsel), als auch auf inhaltlich-semantischer Ebene (situationsbezogene Zielerreichung und Handlungsbogen, unmittelbare Beseitigung von Hindernissen) definiert (Früh, 2007, S. 92), allerdings soll in der forschungspraktischen Umsetzung die Eindeutigkeit der Kodierung vor allem durch formale Indizien (Orts-, Zeit- und ProtagonistInnenwechsel) herangezogen werden, um die Reliabilität der Kodierung möglichst hoch zu halten.

Wesentlich sind jene Sequenzen, die den Beschreibungen von typischerweise emotionsauslösenden Situationen (der oben genannten Studien) ähnlich sind. Sequenzen, die keiner Emotion zuzuordnen sind, werden auch nicht kodiert; dies können u.a. belanglose Szenen sein. Eine vollständige Sequenzliste der Filme ist für die vorliegende Arbeit nicht von Bedeutung, da nicht die Gesamtstruktur der Filme, sondern nur die emotionalen Sequenzen von Interesse sind. Eine alternative Kodierung wären Themen und Unterthemen (Kuchenbuch, 2005, S. 59ff.), die allerdings nur semantisch zu trennen und daher weniger eindeutig zu kodieren wären als die Sequenz-Einheiten. Auch

beziehen sich die kognitiven Emotionstheorien fast ausschließlich auf Objekt- und Situationsbeschreibungen, die in Relation zum handelnden Subjekt interpretiert werden.

Die Kodiereinheit „Sequenz“ ist von der Analyseeinheit „Film“ zu unterscheiden. Das Kategoriensystem wird prinzipiell jeweils vollständig und einfach auf die Kodiereinheit angewendet (Ausnahmen bilden nur Doppelkodierungen bei komplexen Situationen, siehe unten). Die Bedeutungszuschreibung der RezipientInnen wird aber auf die Ebene der Analyseeinheit bezogen. Interpretierbare Aussagen beziehen sich auf die Filme, da diese von den RezipientInnen als Gesamtheit bzw. „Gestalt“ bei der Programmauswahl wahrgenommen und bewertet werden.

7.4 Kategoriensystem und Kodieranweisungen

Die durch Befragung gefundenen Emotionskategorien (siehe oben) werden für die Filmanalyse nutzbar gemacht, allerdings nach einer Probekodierung durch weitere Unterkategorien erweitert. Für die Probekodierung wurden ein typisch weiblicher und ein typisch männlicher Film analysiert (jeweils der polarisierendste Titel). Dabei zeigte sich, dass in den Filmen weitere Differenzierungen der emotionsauslösenden Situationen angeboten werden. Die von den oben genannten Studien abgeleiteten Kategorien werden damit durch eine empiriegeleitete Kategorienbildung am Filmmaterial (vgl. Früh 2007, S. 156) erweitert, was zu einer Ausdifferenzierung der Hauptkategorien führte. Diese zusätzlichen operationalen Definitionen sind beim Kategoriensystem (siehe unten) explizit angeführt und sollen durch eine möglichst umfassende Gesamtbeschreibung der Sequenzen überproportionale „Restkategorien“ verhindern (Groeben & Rustemeyer, 2002). Durch die Probekodierung wurden aber keine neuen Hauptkategorien angelegt, da diese theoriegeleitet mit den Grundemotionen festgelegt wurden. Die Erweiterung des Kategoriensystems betrifft nur Unterkategorien (also Situationsbeschreibungen zu den jeweiligen Emotionen). Die prinzipiell theoriegeleitete bzw. deduktive Vorgehensweise wird damit hinsichtlich der Ausdifferenzierung der Unterkategorien durch eine empiriegeleitete bzw. induktive Vorgehensweise ergänzt. „Die theoriegeleitete Kategorienbildung sichert die Vollständigkeit bezüglich Forschungsfrage und Hypothesen…, die empiriegeleitete Kategorienbildung… hinsichtlich des Untersuchungsmaterials“ (ebenda, S. 86).

Das filmische Untersuchungsmaterial umfasst nicht immer eindeutig zu kodierende Sequenzen. Schwierigkeiten entstanden bei der Probekodierung bei inhaltlich (unterschiedliche Personen mit unterschiedlichen Zielen in einer Sequenz, dramaturgische Drehung zugunsten oder zulasten einer Person) und formal (Parallelmontagen, extrem kurze Szenen) komplexen Szenen. Bei einer Parallelmontage wird daher jede Weiterführung (der schon zuvor dargestellten Szenen) wie eine eigenen Sequenz ko-

diert, da diese Subsequenzen emotional teilweise unterschiedlich ausgerichtet sind (z.B. zuvor angedeutete Niederlage dreht sich in einen möglichen Sieg). Grundsätzlich gilt, dass die am präzisesten zutreffenden Indikatoren kodiert werden, allerdings sind Doppelkodierungen bei komplexen Situationen, bei denen zumindest zwei Elemente bzw. Indikatoren vorkommen, zulässig. Die Doppelkodierung soll auch dann angewendet werden, wenn sowohl die Täter- als auch Opferrolle dargestellt wird. Damit wird dem Vorwurf an die Wirkungsforschung begegnet, dass nicht automatisch z.B. bei aggressiven Szenen die Täterrolle (Aggressionsrolle) vom Publikum übernommen wird (Röser, 2001). Damit soll die Täterrolle gegenüber der Opferrolle nicht überbetont werden. Unterschiedliche Lesarten seitens des Publikums können so theoretisch erfasst werden. Im Konkreten kann das für die Kodierung bedeuten, dass eine Filmsequenz nicht nur als potenziell Ärger auslösend, sondern auch als Angst auslösend kodiert wird. Doppelkodierungen sind aber nur auf der Ebene der Hauptkategorien, also der Emotionen, möglich. Es gilt also herauszufinden, welche Hauptemotion einer Sequenz zugeordnet werden kann und welche Situationselemente zu emotionsrelevanten Bewertungen führen.

Kategoriensystem für Angst

- Gefahr für Leben oder Gesundheit
- Verkehr (gefährliche Verkehrssituationen)
- Gewaltverbrechen (Raub, Überfall, Vandalismus, Einbruch, körperlicher Angriff)
- Diffuse Gefahren (neue Ereignisse und Situationen, unbekannte Gefahren, Interaktion mit Fremden, alleine im Wald oder zu Hause)
- Übernatürliche Gefahren (Monster, Zauber)
- Sozialer Status
- Soziale Zurückweisung (zwischenmenschlich durch Freunde oder Familie, Eifersucht) oder drohender allgemeiner sozialer Statusverlust (Verlust der Krone, Verlust des Ansehens, Jobverlust, ins Gefängnis gehen).
- Belastungssituationen (Prüfungen und Tests, Ansprachen, aufgabenorientierte Versagensängste)

Durch die Probekodierung wurde die Kategorie „Gefahr für Leben oder Gesundheit“ durch die folgenden Unterkategorien erweitert:

- Angst vor Krieg und Vernichtung (kriegerische Handlungen mit dem Ziel der Unterwerfung oder Vernichtung)

Diese potenziell Angst auslösenden Szenen werden in den Filmen im Gegensatz zu den Befragungen häufig thematisiert. Man kann davon ausgehen, dass im Erhebungszeitraum der Befragungen kriegerische Handlungen kaum eine reale Bedrohung in der Lebenswelt der damals befragten ProbandInnen darstellten. Die Kategorie „Angst vor Krieg und Vernichtung“ wurde in weitere Unterkategorien aufgegliedert, die sich auch aus dem Untersuchungsmaterial ergab:

- Böse Macht oder Person von der Unheil ausgeht (intentionale Vernichtung oder Verfolgung der HeldIn oder deren Seite)
- Massenkampfszenen
- Mann gegen Mann (Frau gegen Frau wurde im Untersuchungsmaterial nicht vorgefunden)
- Flucht (die auch im Rahmen der kognitiven Emotionstheorien als Handlungstendenz beschrieben wird, siehe Kapitel „Kognitive Emotionstheorien“). Angst ist damit ebenfalls die betroffene Emotion (Gefahr für Leben und Gesundheit), die dargestellte Reaktion ist in allerdings nicht die Selbstverteidigung sondern Fluchtverhalten.

Die Kategorie „Gefahr für Leben und Gesundheit“ wurde durch die folgenden Unterkategorien erweitert:

- Tod oder Krankheit einer nahestehenden Person bzw. Lebewesens (wurde auch von Wallbott et al. (1986) erwähnt, aber ursprünglich nicht in das Kategoriensystem übernommen).
- Überlebenskampf ohne unmittelbaren Gegner (Überwindung von potenziell lebensbedrohlichen Gefahren/Situationen/Umständen gegen Technik/Schicksal etc., die einen bedrohlichen Verlauf nehmen und nicht unmittelbar gegen andere Personen geführt werden; wie z.B. ein abstürzendes Flugzeug wieder unter Kontrolle zu bekommen oder gegen den Ausbruch von Krankheiten anzukämpfen oder sich alleine in der Wüste durchzuschlagen).

Weitere im Untersuchungsmaterial vorgefundene und in das Kategoriensystem übernommene Differenzierungen betrafen die folgenden Unterkategorien der Emotion Angst:

- „Soziale Zurückweisung“ wird durch andere Personen neben Freunden oder Familie erweitert.
- „Belastungssituationen“ werden genauer definiert und inkludieren auch professionelle Aufgaben (Angst vor Versagen bei belastenden oder neuen berufsbezogenen Aufgaben).

- Die Kategorie „Verkehr“ wird durch andere potenzielle Unfälle erweitert (z.B. Aufzüge, Absturz am Berg etc.).

Als Angst auslösend wurden aber nicht nur Szenen mit expliziter Gefahrendarstellung kodiert, sondern auch wenn Ängste verbal oder narrativ durch diverse Bedrohungsszenarien potenziell ausgelöst werden.

Kategoriensystem für Ärger

- Realer oder angedrohter Schmerz durch andere Personen
- Verletzung sozialer Normen (Unhöflichkeit, Unachtsamkeit, Rücksichtslosigkeit, Ungerechtigkeit, Unpünktlichkeit, Störung oder Behinderung von eigenen Zielen) durch
- PartnerIn (Liebesbeziehung)
- Freunde
- Familie
- Verlust von sozialem Status
- Eigene Ziele oder Erwartungen nicht erreicht

Nach der Probekodierung wurde die Definition von „Verlust von sozialem Status“ durch „Zurückweisung von erhofftem sozialen Status“ erweitert (z.B. doch keine Beförderung durch Vorgesetze im beruflichen Umfeld). Die Kategorie „Verletzung sozialer Normen“ wurde durch die Unterkategorie „Andere“ erweitert (z.B. Beleidigungen durch Fremde oder Bekannte).

Kategoriensystem für „Traurigkeit“

- Tod oder Krankheit
- Tod eines nahestehenden Lebewesens (physischer, realer Tod von Menschen oder Tieren)
- Krankheiten oder physische Verletzungen eines nahestehenden Lebewesens (Mensch oder Tier)
- Soziale Beziehungen
- Trennungen
- Trennung von Freunden
- Trennung von PartnerInnen (Liebesbeziehung)
- Trennung von Familienmitgliedern
- Probleme mit sozialen Beziehungen
- Nicht erwiderte Gefühle (gewünschte Liebesbeziehung)

- Zurückweisung, Missachtung, geringe Aufmerksamkeit
- Sozialer Abstieg (Kündigung, etc.)
- Einsamkeit
- Misserfolge (Ziele nicht erreicht, aufgabenorientiert)

Nach der Probekodierung wurde die Kategorie „Trennung“ durch die Unterkategorie „Trennung von Tieren“ erweitert.

Kategoriensystem für Freude

- Soziale Beziehungen
- Zusammengehörigkeit (Begegnungen, Treffen, Kommunikation und Austausch, Zusammengehörigkeitsgefühle, Sympathie, Zuneigung)
- Freunde (alte und neue, nicht LiebespartnerIn)
- Familie (alte und neue, nicht LiebespartnerIn)
- Respekt (Achtung, Lob, Anerkennung durch andere)
- Freunde
- Familie
- Erfolgserlebnisse (aufgabenorientiert, sozialer Aspekt bzw. Anerkennung durch andere sekundär, die Erreichung eigene Ziele oder Wünsche ist prioritär)
- Bedürfnisbefriedigung (essen, trinken, nicht Sex)
- Lebensfreude (allgemein positive Erlebnisse wie rasante Autofahrten, Fliegen, Naturerlebnisse, auf Party gehen, aber auch allgemeine Freiheitsgefühle)

Nach der Probekodierung wurde die Kategorie „Respekt“ durch „andere“ weiter differenziert und die Kategorie „Sozialer Aufstieg“ (expliziter Aufstieg in Firma oder Funktion) in das Kategoriensystem aufgenommen. Grundsätzlich ist es wichtig, darauf hinzuweisen, dass der Emotion Freude keine partnerbezogenen positiven Emotionen zugeordnet werden, da diese in der Kategorie „Liebe“ zu kodieren sind.

Kategoriensystem für Liebe

- Positive Erlebnisse mit dem Objekt der Liebe (partnerbezogene Liebe, die auf Gegenseitigkeit beruht)
- Psychische Aspekte der Liebe im Vordergrund (Zusammengehörigkeitsgefühl, Sympathie, Verständnis)
- Gute Gespräche bzw. Kommunikation (besonders gute, offene, vertrauensvolle, intime Gespräche, Liebesbekundungen)
- Gemeinsam verbrachte „gute Zeit“ (positive Erlebnisse)

- Physische Aspekte der Liebe im Vordergrund (körperliche Liebe, Küsse, Erotik, Sex)
- Neue PartnerIn finden (Wunschaspekt noch im Vordergrund, Liebe scheint möglich)
- Beziehungsanbahnungsgespräche oder Situationen (zufälliges Kennenlernen, Flirtsituationen)
- Sehnsucht nach der WunschpartnerIn (Tagträume oder Phantasien über WunschpartnerIn)

Nach der Probekodierung wurde die Kategorie „Positive Erlebnisse mit dem Objekt der Liebe“ mit der Unterkategorie „Wiedersehen/Zusammenführung der Liebenden“ weiter differenziert.

7.5 Ergebnisse

Ein erster Blick auf die absoluten Verteilungen zeigt, dass die Variable „Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Gewaltverbrechen anderer Personen“ dominiert (122 mal kodiert), gefolgt von „Liebe, neue Partner finden, Beziehungsanbahnung“ (94), gefolgt von „Ärger, Verletzung sozialer Normen, Andere“ (77), gefolgt von „Freude, soziale Beziehungen, Familie“ (71), gefolgt von „Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Tod oder Krankheit eines nahestehenden Lebewesens“ (67).

Tabelle 5

Am häufigsten kodierte Variablen in allen Filmen

Variable	Anzahl
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Gewaltverbrechen anderer Personen	122
Liebe, neue Partner finden, Beziehungsanbahnung	94
Ärger, Verletzung sozialer Normen, Andere	77
Freude, soziale Beziehungen, Familie	71
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Tod oder Krankheit eines nahestehenden Lebewesens	67

In Summe dominieren in den beiden Extremgruppen (männeraffine und frauenaffine Filme) die Emotion Angst vor der Emotion Liebe. Da es in der vorliegenden Ar-

beit nicht um absolute Häufigkeiten, sondern um die Darstellung der emotional relevanten Themen für die beiden Gruppen „Junge Männer“ und „Junge Frauen“ (12- bis 29-Jährige) geht, werden in weiterer Folge die polarisierenden Inhalte in den Vordergrund gerückt. Die Unterschiedlichkeit der beiden RezipientInnengruppen soll auch in Vorbereitung auf den zweiten Teil der Arbeit, der qualitativen Gruppendiskussionen, herausgearbeitet werden. Die Geschlechtstypik wird anhand des rezipierten Angebots von ORF 1 quantitativ erfasst und im zweiten Schritt auf die Ergebnisse der qualitativen Analyse von Subpopulationen und deren handlungsleitenden Themen in Beziehung gesetzt.

Tabelle 6

Am seltensten kodierte Variablen in allen Filmen

Variable	Anzahl
Freude, Bedürfnisbefriedigung	0
Freude, Respekt, Familie	5
Freude, Respekt, Freunde	5
Traurigkeit, soziale Beziehungen, Probleme mit sozialen Beziehungen, Zurückweisung	6
Traurigkeit, soziale Beziehungen, Trennung, Familie	7

In den Filmen wird die Bedürfnisbefriedigung (essen und trinken, nicht Sex) kaum thematisiert bzw. auch nicht gesucht. Die oben genannten Unterkategorien der Emotion Freude spielt für die jungen Rezipienten kaum eine Rolle – ganz im Gegensatz zu Freude durch soziale Beziehungen oder zu Liebe bzw. zu Liebesanbahnungsszenen. Ein erster Blick auf die am häufigsten bzw. die am wenigsten kodierten Variablen im Gruppenvergleich vermittelt schon vor der eigentlichen statistischen Auswertung einen gewissen Eindruck von den polarisierenden Inhalten.

In der Gruppe der männeraffinen Filme dominiert klar die Grundemotion Angst. Die meisten Sequenzen wurden in die Unterkategorie „Gefahr für Leben und Gesundheit“ kodiert. „Gewaltverbrechen anderer Personen“ wurde am häufigsten kodiert. Übernatürliche Gefahren, kriegerische Handlungen, Zweikämpfe mit einem Gegner oder Flucht vor einer lebensbedrohlichen Gefahr und Angst um das Leben oder die Gesundheit eines nahestehenden Lebewesens spielen eine große Rolle.

Tabelle 7

Am häufigsten kodierte Variablen in den männeraffinen Filmen

Variable	Anzahl
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Gewaltverbrechen anderer Personen	107
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, übernatürliche Gefahr	52
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Krieg und Vernichtung, Mann gegen Mann	77
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Tod oder Krankheit eines nahestehenden Lebewesens	48
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Krieg und Vernichtung, Flucht	47

Ärger über Verletzungen von sozialen Normen durch die PartnerIn oder Traurigkeit wegen Zurückweisungen in sozialen Beziehungen wurden in den männeraffinen Filmen nicht thematisiert. Szenen der Trauer über familiäre Beziehungen kamen ebenfalls nicht vor. Bedürfnisbefriedigung wie essen und trinken, aber auch positive, vorwiegend physische, Erlebnisse mit dem Objekt der Liebe wurden kaum kodiert.

Tabelle 8

Am seltensten kodierte Variablen in den männeraffinen Filmen

Variable	Anzahl
Ärger, Verletzung sozialer Normen, PartnerIn	0
Traurigkeit, soziale Beziehungen, Probleme mit sozialen Beziehungen, Zurückweisung	0
Freude, Bedürfnisbefriedigung	0
Traurigkeit, soziale Beziehung, Familie	1
Liebe, positive Erlebnisse mit Objekt der Liebe, physische Aspekte	1

Schon auf den ersten Blick, zeigt sich bei den frauenaffinen Filmen ein völlig anderes Bild: Dominierend sind die Grundemotionen Liebe und Freude. Das Thema Beziehungsanbahnung wird am häufigsten gezählt, gefolgt von Freude auslösenden

Szenen durch familiäre Beziehungen. Oft erfasst wurden auch die Grundemotionen Ärger und Angst, die sich aber nicht auf körperliche Bedrohungen richten, sondern auf soziale Ängste wie Versagensängste und auf Ärger wegen Verletzungen von sozialen Normen durch die Familie oder andere.

Tabelle 9

Am häufigsten kodierte Variablen in den frauenaffinen Filmen

Variable	Anzahl
Liebe, neue PartnerIn finden, Beziehungsanbahnung	80
Freude, soziale Beziehungen, Familie	62
Ärger, Verletzung sozialer Normen, Familie	46
Ärger, Verletzung sozialer Normen, andere	34
Angst, sozialer Status, Belastungssituationen	34

Ebenfalls ganz im Gegensatz zu den männeraffinen Filmen, enthalten die frauenaffinen Filme kaum Szenen, die Angst für Leben und Gesundheit thematisieren. Die Darstellung von Kampfszenen (Mann gegen Mann oder Massenkampf) oder von bösen Mächten von denen kriegerische Gefahren ausgehen, wurden gar nicht gezählt. Auch wurde der Überlebenskampf (auch ohne unmittelbaren Gegner) oder die Angst auslösende Darstellung von übernatürlichen Gefahren in der Gruppe der frauenaffinen Filme nicht kodiert.

Tabelle 10

Am seltensten kodierte Variablen in den frauenaffinen Filmen

Variable	Anzahl
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Krieg und Vernichtung, böse Macht oder Person von der Unheil ausgeht	0
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Krieg und Vernichtung, Massenkampfszenen	0
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Krieg und Vernichtung, Mann gegen Mann	0

Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, Überlebenskampf ohne unmittelbaren Gegner	0
Angst, Gefahr für Leben und Gesundheit, übernatürliche Gefahr	0

7.5.1 Statistische Auswertung

Die Datenauswertung erfolgte mit PASW 17.0 (bzw. SPSS 17.0.2) auf einem „Windows 2000 Professional“ Betriebssystem. Um die Lage der Variablen in den beiden Extremgruppen zu vergleichen (männeraffine und frauenaffine Filme), wurden in einem ersten Schritt parallele Boxplots für jede einzelne Variable, für die Grundemotionen und für die jeweiligen gerechneten Unterkategorien der Grundemotionen und der gerechneten Variablen „positive Emotionen“ und „negative Emotionen“ ausgewiesen. Da der Stichprobenumfang relativ gering war (die ursprünglich bewusste Auswahl des Untersuchungszeitraums von drei Jahren umfasste 138 Sendeplätze bzw. 115 Filme aus welchen dann die beiden Extremgruppen mit jeweils 10 Filmen gebildet und inhaltsanalytisch untersucht wurden) und die Boxplots auf schiefe Verteilungen hinweisen, wurde der nichtparametrische (für zwei unabhängige Stichproben) „Mann-Whitney U-Test“ gerechnet. In der unten angeführten Auswertung der Variablen sind die zweiseitigen „p-Werte“ (asymptotische Signifikanz) angeführt.

7.5.1.1 Angst

Die beiden Extremgruppen unterscheiden sich signifikant hinsichtlich Angst auslösender Sequenzen (p = 0,000). Szenen, in denen Gefahr für Leben und Gesundheit droht sind für Männer offensichtlich attraktiver als für Frauen (p = 0,000). Wesentlich sind dabei Sequenzen, in denen es um „Krieg und Vernichtung“ geht (p = 0,000). Signifikante Ergebnisse liefern in der Oberkategorie „Krieg und Vernichtung“ die Einzelvariablen „Böse Macht oder Person von der Unheil ausgeht“ (p = 0,000), „Massenkampfszenen“ (p = 0,002), „Mann gegen Mann“ (p = 0,000) und „Flucht“ (p = 0,001). Ebenso signifikante Ergebnisse bringen die Variablen „Überlebenskampf ohne unmittelbaren Gegner“ (p = 0,002), „Gewaltverbrechen anderer Personen“ (p = 0,001), „Übernatürliche Gefahr“ (p = 0,031) und „Tod oder Krankheit eines nahestehenden Lebewesens“ (p = 0,029).

Nur zwei Einzelvariablen der Oberkategorie bzw. der gerechneten Variablen „Gefahr für Leben und Tod“ zeigen keine signifikanten Unterschiede zwischen frauen- und männeraffinen Filmen: „Verkehr oder andere Unfälle“ (p = 0,571), und „Diffuse Gefahr“ (p = 0,311).

Anders als bei allen oben genannten Ängsten, die in männeraffinen Filmen signifikant öfter dargestellt werden, werden soziale Ängste bei frauenaffinen Filmen häufiger dargestellt: Sequenzen in denen Angst vor Verlust des sozialen Status (p = 0,057), Angst vor sozialer Zurückweisung (p = 0,062) und Angst vor Belastungssituationen (p = 0,060) wurden in der Frauengruppe öfter erfasst – allerdings liegen die Ergebnisse knapp unter dem Signifikanzniveau und sollten hier nicht überinterpretiert, bzw. bei Folgestudien genauer untersucht werden. Zumindest kann aber festgehalten werden, dass sich die mediale Darstellung von sozialen Ängsten nicht so häufig in männeraffinen Filmen findet wie Ängste vor gefährlichen Situationen für Leben oder Gesundheit.

7.5.1.2 Ärger

Als einzige der fünf Grundemotionen zeigt die Variable „Ärger“ keinen signifikanten Unterschied zwischen den beiden Extremgruppen (p = 0,103). Ärger über realen oder angedrohten „Schmerz“ durch andere Personen (p = 0,171) liefert ebenso wie Ärger über „Verlust von sozialem Status“ (p = 0,358) und Ärger über das Nichterreichen von eigenen Zielen (p = 0,747) keine signifikanten Unterschiede zwischen den beiden Gruppen.

Die gerechnete Variable Ärger über „Verletzung sozialer Normen“ muss man aber differenzierter betrachten: In ihr sind die Einzelvariablen „PartnerIn“, „Freunde“, „Familie“ und „Andere“ enthalten. Zusammengenommen ergibt sich kein signifikantes Ergebnis (p = 0,119), allerdings wenn man „Andere“ bei der Berechnung der Summenvariable nicht berücksichtigt und eine neue Variable für „Nahestehende Personen“ aus den Einzelvariablen „PartnerIn“, „Freunde“ und „Familie“ berechnet, dann ergibt sich ein signifikantes Ergebnis (p = 0,003). Hier dürfte der relevante Unterschied sein, ob man sich über die Verletzung von sozialen Normen durch Fremde (p = 0,218) oder über eine nahestehende Person ärgert. In frauenaffinen Filmen kommen also signifikant mehr Sequenzen als in männeraffinen Filmen vor, in denen Ärger über Verletzung von sozialen Normen durch PartnerIn, FreundInnen oder Familie ausgedrückt wird. Am stärksten dürfte zu diesem Ergebnis die Variable „PartnerIn“ beitragen (p = 0,002), da die beiden anderen Variablen „Freunde“ (p = 0,209) und „Familie“ (p = 0,056) für sich genommen keinen, bzw. einen knapp nicht signifikanten Unterschied zeigen.
Dies kann als Hinweis darauf interpretiert werden, dass in frauenaffinen Filmen die Beziehungsebene bzw. Partnerschaften eine zentrale Rolle spielt, also auch der Ärger über ein Fehlverhalten des Partners oder der Partnerin.

7.5.1.3 Traurigkeit

Frauenaffine Filme unterscheiden sich signifikant von männeraffinen Filmen hinsichtlich der Darstellung von Trauer auslösenden Sequenzen (p = 0,003). In Summe sind in frauenaffinen Filmen häufiger Szenen enthalten, die Trauer darstellen.

Die signifikanten Unterschiede finden sich in der Summenvariable „Soziale Beziehungen“ (p = 0,020), die sich aus den beiden Untergruppen „Trennung“ (p = 0,007) und „Probleme mit sozialen Beziehungen“ (p = 0,020) zusammensetzen. In frauenaffinen Filmen kommen sowohl mehr Szenen vor, die Trauer auf Grund von Trennungen von Freunden, Tieren, Partnern oder Familienmitgliedern zeigen, als auch Szenen, die Trauer auf Grund von Problemen mit sozialen Beziehungen wie nicht erwiderte Liebe, Zurückweisungen, sozialer Abstieg oder Einsamkeit thematisieren. Bei weiterer Differenzierung zeigt sich aber, dass vor allem die Variablen „Traurigkeit, Trennung, PartnerIn“ (p = 0,002) als auch „Traurigkeit, soziale Beziehungen, Probleme mit sozialen Beziehungen, Zurückweisung“ (p = 0,030), den entscheidenden Unterschied zu männeraffinen Filmen ausmachen. Die anderen Einzelvariablen in der Kategorie „Trennung“ liefern für sich gerechnet keine signifikanten Ergebnisse: „Freunde, Tiere“ (p = 0,584) und „Familie“ (p = 0,503). Ebenso ergeben die weiteren Einzelvariablen der Kategorie „Probleme mit sozialen Beziehungen“ „Nicht erwiderte Liebe“ (p = 0,073), „Sozialer Abstieg“ (p = 0,327) und „Einsamkeit“ (p = 0,171) für sich gerechnet keine signifikanten Unterschiede.

Ebenfalls keine signifikanten Ergebnisse liefern die Variablen „Tod“ (p = 0,131), „Krankheit“ (p = 0,300) und „Misserfolge“ (p = 0,864).

In Summe ergibt sich ein ähnliches Bild wie bei der Grundemotion Ärger: In frauenaffinen Filmen betreffen die dargestellten Emotionen vor allem die Partner-und Beziehungsebene. Trauer wird auf Grund von Trennungen innerhalb einer Liebesbeziehung und auf Grund von Zurückweisungen, Missachtungen und geringer Aufmerksamkeit innerhalb der bestehenden sozialen Beziehungen thematisiert.

7.5.1.4 Freude

Die beiden Gruppen unterscheiden sich signifikant hinsichtlich der Darstellung der Grundemotion Freude (p = 0,006). Frauenaffine Filme beinhalten im Vergleich zu männeraffinen Filmen häufiger Szenen, in denen Freude dargestellt wird.

Die Unterkategorie „Soziale Beziehungen“, die aus den beiden Einzelvariablen „Freunde“ und „Familie“ besteht, zeigt signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern (p = 0,003). Zu diesem Ergebnis trägt aber vor allem die Einzelvariable

„Familie“ (p = 0,002) bei. Alleine gerechnet ergibt die Variable „Freunde“ (p = 0,123) kein signifikantes Ergebnis.

Weiters zeigt sich bei den Variablen „Sozialer Aufstieg explizit“ (p = 0,012) und bei „Lebensfreude“ (p = 0,010) ein klares Ergebnis zugunsten der frauenaffinen Filme.

Keine signifikanten Unterschiede bringen die Kategorie „Respekt“ als gerechnete Variable (p = 0,815) und auch die darin subsummierten Einzelvariablen „Freunde“ (p = 0,914), „Familie“ (p = 0,914) und „Andere“ (p = 0,358). Ebenso zeigen „Erfolgserlebnisse aufgabenorientiert“ (p = 0,686) und „Bedürfnisbefriedigung“ (p = 1,000) keine gruppenspezifischen Unterschiede (diese Variablen wurden nicht bzw. kaum im Untersuchungsmaterial vorgefunden).

Frauen rezipieren offensichtlich – im Vergleich zu Männern – lieber Filme, die freudige Erlebnisse beinhalten. Wieder zeigt die soziale Dimension ihren Einfluss auf das Medienverhalten der weiblichen Zielgruppen. Positive Familienerlebnisse sind für Frauen offensichtlich interessanter als für Männer. Freude über „fiktional“ erreichten sozialen Aufstieg ist als medial vermittelter Inhalt für Frauen attraktiver als für Männer. Ebenso sind allgemein freudige Erlebnisse die unter der Variable „Lebensfreude“ kodiert wurden in frauenaffinen Filmen häufiger zu finden, als in männeraffinen (gute Stimmung auf Festen, ausgelassenes Tanzen, schöne Naturerlebnisse, Freiheitsgefühle, autonome Entscheidungen treffen, „Styling“ beim Friseur oder positive „Shopping“-Erlebnisse).

7.5.1.5 Liebe

Die Grundemotion Liebe ist in ihrer medialen Darstellung für Frauen attraktiver als für Männer (p = 0,009). Alle erfassten Unterkategorien ergeben ebenfalls signifikante Ergebnisse zugunsten der Rezipientinnen: „Positive Erlebnisse mit Objekt der Liebe“ (p = 0,009), als auch „Neue PartnerIn finden“ (p = 0,021). Von den Einzelvariablen ergeben „Intime/gute Kommunikation, Liebesbekundungen“ (p = 0,008) und „Beziehungsanbahnung“ (p = 0,028) signifikante Ergebnisse.

Keine gruppenspezifischen Ergebnisse zeigen die Variablen „Wiedersehen“ (p = 0,212), „Physische Aspekte“ (p = 0,101), „Sehnsucht“ (p = 0,079), und „Gute Zeit“ (p = 0,060), wobei die beiden letztgenannten Variablen relativ nahe am Signifikanzniveau, zugunsten der frauenaffinen Filme, liegen. Interessant ist die Unterscheidung zwischen „Psychische Aspekte“ (p = 0,010) und „Physische Aspekte“ (p = 0,101) als Unterkategorie der gerechneten Variablen „Positive Erlebnisse mit Objekt der Liebe“: Im Gegensatz zu den physischen Aspekten der Liebe, also vorrangig körperliche Anziehung bzw. Erotikszenen, sind die psychischen Aspekte der Liebesbeziehungen signifikant häufi-

ger in den frauenaffinen Filmen vertreten (damit ist vor allem intime und gute Kommunikation bzw. verbale Verständigung zwischen den Liebenden gemeint).

7.6 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse

Für Frauen sind die medial vermittelten positiven Emotionen (Freude und Liebe) attraktiver als für Männer ($p = 0{,}001$), und für Männer sind die negativen Emotionen (Angst, Ärger und Traurigkeit) attraktiver ($p = 0{,}041$). Bei genauerer Betrachtung ist diese Trennung in positive und negative Emotionen nicht sinnvoll, da die „negative" Emotion Traurigkeit signifikant höhere Werte bei Frauen erreicht als bei Männern. Diese Affinität zu Frauen ergibt sich allerdings durch jene Unterkategorien, die sich zu sozialen Beziehungen zuordnen lassen (siehe oben).

Für Männer sind jene „Medienwelten" interessanter, die durch Angst auslösende Situationen und Herausforderungen geprägt sind. Die angebotenen Identifikationsfiguren ziehen in den Krieg und kämpfen gegen personalisierte Gegner, die sie dem eigenen Überleben zuliebe besiegen müssen. Diese Medienfiguren sprechen oder diskutieren wenig, sondern handeln bzw. kämpfen, ob im Zweikampf oder in Massenkampfszenen. Böse Mächte, oft auch übernatürliche, werden dargestellt und in ihrem übertriebenen Machtanspruch zu Gegnern für Leib und Seele. Männer sind weiters oft auf der Flucht, bekämpfen neben personalisierten gegnerischen Kräften auch alleine widrige Umstände. Gekämpft wird meist ums Überleben, oft auch für ein nahestehendes Lebewesen wie Frau oder Kind.

Frauen interessieren sich weit mehr für soziale Beziehungen: Liebesbeziehungen sind überhaupt das wichtigste Thema. Positive Erlebnisse, gemeinsam verbrachte „gute" Zeit, intime und wertschätzende Kommunikation zwischen PartnerInnen, aber auch Beziehungsanbahnung, Flirts und Verliebtsein sind zentrale Aspekte in der „weiblichen" Medienwelt. Negative Emotionen wie Traurigkeit und Ärger werden dann überproportional rezipiert, wenn sie im Kontext von sozialen Beziehungen ausgelöst werden. In den medial vermittelten Situationen werden Emotionen durch nahestehende Personen, vorrangig von Partnern in Liebesbeziehungen, ausgelöst.

Häufig werden Situationen dargestellt, die mit Auswirkungen auf den sozialen Status einhergehen. Je nach inhaltlichem Verlauf spielen die Emotionen Angst und Freude eine Rolle. Angst bezieht sich auf einen möglichen Verlust und Freude über den Gewinn des sozialen Status. In frauenaffinen Filmen wird auch häufiger allgemeine Lebensfreude dargestellt.

8 GRUPPENDISKUSSIONEN

Die Inhaltsanalyse der vom jungen Publikum gewählten Medieninhalte ergibt klare geschlechtsspezifische Unterschiede in Bezug auf potenziell emotionsauslösende Mediensituationen. Die Gruppendiskussionen haben das Ziel, die jeweiligen handlungsleitenden Themen im Relevanzsystem der spezifischen Subzielgruppen zu erforschen. Damit sind relevante Alltags- und Lebensthemen gemeint, die die Jugendlichen im Alltag beschäftigen. Im Sinne der kognitiven Emotionstheorien hängen emotionale Reaktionen u.a. von eigenen Zielen und (Alltags-) Erfahrungen ab, die als Interpretationsbasis (u.a. von Medieninhalten) dienen. Das Medienhandeln wird theoretisch in das Alltagshandeln integriert und mit anderen Handlungsalternativen als gleichberechtigt angesehen. Emotionen zeigen quasi relevante Themen an, da im Sinne der Appraisal-Theorien nur relevante Themen Emotionen auslösen. Im Alltag relevante (und somit emotional besetzte) Themen sollten sich demnach auch auf das Medienhandeln auswirken. In Summe wird in Anlehnung an die strukturanalytische Rezeptionsforschung die Medienrezeption im Kontext der Lebensbewältigung interpretiert.
Die Gruppendiskussionen dienen vor allem der Klärung der folgenden Forschungsfragen:

- Welche Themen sind für Jugendliche emotional relevant?
- Gibt es unterschiedliche (emotional besetzte) Relevanzsysteme (geschlechts-, alters-, milieuspezifisch)?

Auf interpretativer Ebene sollen die Ergebnisse der Gruppendiskussionen, also vor allem die handlungsleitenden bzw. alltagsrelevanten Themen, auf die Ergebnisse der Inhaltsanalyse bezogen werden, und differenzierte Indizien für den Zusammenhang zwischen den handlungsleitenden Themen bzw. Lebensthemen, der Lebensbewältigung und den gesuchten Medieninhalten, liefern. Die wichtigsten Forschungsfragen sind:

- Welche Rolle spielt die Medienrezeption für die Lebensbewältigung der Jugendlichen?
- Welcher Zusammenhang besteht zwischen Programmauswahl und Lebenssituation?

Da es in der vorliegenden Arbeit vorrangig um die Verbindung von handlungsleitenden Themen und symbolischer Repräsentation in den Medien geht, wurde die Verbindung von (quantitativer) Inhaltsanalyse und (qualitativen) Gruppendiskussionen verwendet. In einem abschließenden interpretativen Schritt werden die qualitativ gewonnenen Ergebnisse aus den Gruppendiskussionen im Kontext der Ergebnisse der

Inhaltsanalyse und des repräsentativen, typischen Medienhandelns der jungen Publika analysiert und interpretiert.

8.1 Rekonstruktive Sozialforschung

Grundsätzlich definieren sich die rekonstruktiven Verfahren als Gegensatz zu den hypothesenprüfenden Verfahren (Bohnsack, 2008). Rekonstruktive Verfahren thematisieren die Frage nach der Verständigungsmöglichkeit zwischen BeobachterInnen und Beobachteten bzw. InterviewerInnen und Befragten, die vor allem im Sinne des Symbolischen Interaktionismus zu hinterfragen ist. ForscherIn und ProbandIn können, müssen aber nicht, den gleichen sozialen Milieus oder Subkulturen angehören und können daher sprachlichen Äußerungen unterschiedlichen Sinngehalt zuweisen bzw. unterschiedlich interpretieren. Das zentrale Problem des „Fremdverstehens“ basiert auf unterschiedlicher Sozialisation und damit einhergehenden unterschiedlichen Sprachen bzw. unterschiedlichen Sinngehalten. Auf Grund von Differenzen des Interpretationsrahmens bzw. der Relevanzsysteme zwischen ForscherInnen und Erforschten können intendierte Auslegungsschemata und Sinngehalte unter Umständen nicht richtig interpretiert werden. Bedeutungen dürfen nicht in Aussagen der ProbandInnen hineinprojiziert werden, sondern die Unterschiedlichkeit der Interpretationsrahmen muss „rekonstruktiv“ im Forschungsprozess herausgearbeitet werden. In Summe geht es um „methodisch kontrolliertes Fremdverstehen“ (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2009, S. 28). Auf die Vorteile der Gruppendiskussionen unter Verwendung der dokumentarischen Methode (Bohnsack, 2008) für die Rekonstruktion von Relevanzsetzungen und Bedeutungszuschreibungen für die Rezeptionsforschung verweist u.a. Göttlich (2006) bei der Analyse unterschiedlicher Rezeptionsmodi von Jugendlichen. Aus Sicht der rekonstruktiven Verfahren wird an den standardisierten, hypothesenprüfenden Verfahren kritisiert, dass sie durch eine Standardisierung die Kommunikationsmöglichkeiten der ProbandInnen beschneiden und daher nicht unbedingt jene Aspekte erfassen, die für die RezipientInnen von Relevanz sind (ebenda). Da es das Ziel der vorliegenden Arbeit ist, eben gerade handlungsleitenden Themen im Rahmen der Relevanzsysteme (Analyseebene 3) der RezipientInnen zu erfassen, sind rekonstruktive Methoden das adäquate Mittel, weil sie von möglichst offenen Fragestellungen ausgehen, damit die ProbandInnen mit ihrer eigenen Sprache, ihnen entsprechend, bzw. ihrer Lebenswelt entsprechend, antworten können. Den ProbandInnen soll es ermöglicht werden, entsprechend ihrer eigenen Relevanzsysteme Antworten zu entwickeln oder Themen anzusprechen, unabhängig von den Relevanzstrukturen der ForscherInnen oder von hypothetisch angenommenen Antwortkategorien. Wesentlich ist, dass die Antworten die

Wichtigkeit der Themen für die ProbandInnen repräsentieren. Die Relevanzsysteme der ProbandInnen stehen im Fokus der rekonstruktiven Verfahren.

8.2 Dokumentarische Methode

Gruppendiskussionen sind vor allem zur „Ermittlung kollektiver Phänomene“ (Lamnek, 2005a, S. 59) geeignet. Auch Mangold (1988) betont den Nutzen des Gruppendiskussionsverfahrens als systematische und kontrollierte Erforschung von „informellen Gruppenmeinungen“ (S. 17). Nicht die Einzelmeinung steht im Mittelpunkt, sondern die empirische Erforschung des Kollektiven. Wenn es also um die Erfassung gemeinsamer Sinn- und Bedeutungszuschreibungen bzw. von Lebensorientierungen geht, dann sollten sich diese in Gruppendiskussionen besser zeigen und auch erfassen lassen, als in z.B. Einzelinterviews. Bei homogener Gruppenzusammensetzung (soziale Milieus) werden Gruppenmeinungen aktualisiert und müssen in diesem Sinn nicht erst produziert werden (Przyborski et al., 2009). Sie sind latent vorhanden und kommen im Laufe der Interaktion zum Vorschein. Mangold (1960) geht davon aus, dass sich die kollektive Meinung in der Gruppendiskussion lediglich aktualisiert und schon davor in der Realität konstituiert hat (vgl. Bohnsack 2008, S. 107ff.). „Die Gruppenmeinung ist keine ‚Summe‘ von Einzelmeinungen, sondern das Produkt kollektiver Interaktion.“ (Mangold, 1960, S. 49). Die Erforschung eines sozialen Milieus bedarf nicht Gruppenzusammensetzungen, die aus einander bekannten Personen besteht, aber von Personen mit gemeinsamem Erfahrungshintergrund. Wesentlich ist in diesem Zusammenhang, dass sich die kollektive Meinung nicht nur auf Realgruppen bezieht, deren Mitglieder miteinander bekannt sind, sondern auf „Großgruppen“ (Mangold, 1973). Damit können theoretisch mittels Gruppendiskussionen, die homogen durch Mitglieder eines bestimmten Milieus zusammengesetzt sind, situationsunabhängige, gruppenspezifische Orientierungen rekonstruiert werden. Daher ist für Bohnsack (2008, S. 105ff.) das Gruppendiskussionsverfahren besonders gut zur Milieuforschung geeignet. Dabei bezieht sich Bohnsack auf Pollock (1955), der Gruppendiskussionen als Nachbildungen von öffentlichen Situationen zur Untersuchung von politischen Einstellungen vorschlägt. Nach Pollock sollten Einstellungen, Meinungen und Verhaltensweisen von Menschen nicht in einer ohnehin selten vorhandenen Isolation studiert werden. Erst in der Auseinandersetzung mit anderen werden oft latent vorhandene, eventuell tieferliegende Meinungen artikuliert. In der Diskussionssituation werden die Individuen sozusagen gezwungen, ihren Standpunkt zu beziehen und ihre Meinung bzw. Einstellung auszusprechen. Bohnsack (2008) betont die Angemessenheit der dokumentarischen Methode zur Erforschung von „kollektiven Orientierungsmustern“:

> Für die Analyse von Gruppendiskussionen bedeutet dies, dass erst eine genaue Rekonstruktion sowohl der Diskursorganisation … als auch der Dramaturgie des Diskurses es uns ermöglicht, jenes die subjektiv-intentionalen Sinngehalte der Einzeläußerungen transzendierende kollektive Bedeutungsmuster zu identifizieren. Dem wird bereits in den grundlegenden Schritten der Textinterpretation … dadurch Rechnung getragen, dass wir den Bedeutungsgehalt eines Redebeitrages nicht in einer Richtung ausloten, die uns Aufschlüsse über die Sprecherpersönlichkeit zu geben vermöchte: … sondern die szenische Darstellung gewinnt in der interaktiven Bezugnahme der Beteiligten aufeinander und schließlich im gesamten Diskursverlauf – d.h. im Zusammenhang der anderen szenischen Darstellungen … – ihre gruppenspezifische, ihre kollektive Bedeutung. (ebenda, S. 110)

Bohnsack verweist in diesem Zusammenhang auf den Begriff des „konjunktiven Erfahrungsraums“ (Mannheim, 1980):

> Milieus sind als „konjunktive Erfahrungsräume“ dadurch charakterisiert, dass ihre Angehörigen, ihre Träger durch Gemeinsamkeiten des Schicksals, des biographischen Erlebens, Gemeinsamkeiten der Sozialisationsgeschichte miteinander verbunden sind. Dabei ist die Konstitution konjunktiver Erfahrung nicht an das gruppenhafte Zusammenleben derjenigen gebunden, die an ihr teilhaben. (Bohnsack, 2008, S. 111)

Die dokumentarische Interpretation von Gruppendiskussionen ist für Bohnsack (ebenda, S. 112) prädestiniert für die Analyse von Milieus im Sinne „konjunktiver Erfahrungsräume“ und „kollektiven Habitus“ bzw. Großgruppen mit miteinander geteiltem Hintergrundwissen, wie Gemeinsamkeit des Schicksals, des biographischen Erlebens oder der Sozialisationsgeschichte, bzw. allgemein von lebensgeschichtlichen Gemeinsamkeiten. Bohnsack beschreibt die dokumentarische Methode am Beispiel von Gruppendiskussionen mit Jugendlichen in den Jahren 1984 bis 1987. „Rekonstruktiv“ wird von Bohnsack auf zwei Ebenen definiert:

> Zum einen sind die Arbeitsschritte der Untersuchung, die Schritte der Erhebung und Auswertung, … , erst im Forschungsprozess selbst ausgearbeitet worden. Sie lassen sich als nicht aus allgemeinen methodischen Prinzipien ableiten. … Es besteht eine reflexive, keine deduktive Beziehung zwischen Forschungserfahrung und methodologischer Begrifflichkeit. … Die andere, grundlegendere Bedeutung von „rekonstruktiv“ geht dahin, dass unsere Beziehung zum Gegenstand der Forschung eine rekonstruktive ist. Es geht um die Rekonstruktion von

Lebensorientierungen Jugendlicher, und zwar von kollektiven Orientierungen. (ebenda, S. 32)

Wesentlich in diesem Kommunikationsprozess sind eine möglichst „arbeitsteilige“ Beteiligung der Gruppe und die „Selbstläufigkeit“ des Diskurses. Damit ist einerseits gemeint, dass die Gruppen als Ganzes ihre kollektiven Orientierungen ausdrücken, und andererseits, dass es im Laufe der Gruppendiskussionen von Seiten der InterviewerInnen nicht um ein Abfragen von vorab definierten Fragenkatalogen geht, sondern vor allem um die Initiierung eines Diskurses. Die Gruppendiskussion soll durch Interventionen der InterviewerInnen nicht verfälscht oder gestört werden. Eine funktionierende Selbstläufigkeit des Diskurses ermöglicht die Analyse kollektiver Bedeutungsmuster, die nicht vorrangig durch einzelne, subjektive Redebeiträge sichtbar werden, sondern erst durch eine wechselseitige Steigerung der individuellen Wortmeldungen. Besonderes Augenmerk wird auf jene Passagen gelegt, die von einer gegenseitigen Steigerung und Ergänzung der Redebeiträge der einzelnen GruppenteilnehmerInnen geprägt sind. Diese besonders dichten Interaktionsabschnitte werden als Ausdruck der Gruppenmeinung interpretiert. Durch die „wechselseitige Steigerung und Ergänzung“ der beteiligten Individuen zeichnen sich die „Gruppenmeinung oder kollektiven Meinungen ab“ (ebenda, S. 107). Der Diskurs ist arbeitsteilig, die Meinungen ergänzen, verstärken oder korrigieren einander. Die Meinungen bauen aufeinander auf und sind in Summe ein kollektiver Prozess der Meinungsäußerung.

Die dokumentarische Methode definiert grundsätzlich einen mehrstufigen Interpretationsprozess (Bohnsack, 2008, S. 32ff. und 134ff.). Dieses schrittweise Vorgehen soll dazu dienen, dass sich die ForscherInnen, die wahrscheinlich Milieufremde sind, Zugang zu den Bedeutungszuschreibungen und Orientierungen verschaffen können. „Die dokumentarische Methode der Interpretation dient dazu, den Prozess des Fremdverstehens methodisch zu kontrollieren“ (Lamnek, 2005a, S. 64). Dabei werden, ausgehend von der Forschungsfrage, thematisch relevante Passagen und jene Passagen, in denen sich besonderes Engagement der Gruppe dokumentiert, untersucht. Ausgeprägtes Engagement definiert sich durch eine hohe interaktive und metaphorische Dichte. Diese dramaturgischen Höhepunkte des Diskurses bezeichnet Bohnsack als „Fokussierungsmetaphern“ (Bohnsack, 2008, S. 33 und S. 123; Bohnsack, Marotzki & Meuser, 2006, S. 67). Die wechselseitige Steigerung der Redebeiträge, die Dichte der Interaktion bzw. die zunehmende Verdichtung des Bedeutungsgehaltes deuten auf besonders relevante Themen der Gruppe hin. Gemeinsame oder ähnliche Sozialisation bildet einen gemeinsamen Erlebnishintergrund bzw. konjunktive Erfahrungsräume. Wesentlich ist die Erfassung unterschiedlicher Interpretationsrahmen und Relevanz-

systeme, auch zwischen Forschenden und Erforschten. Homogen zusammengesetzte Gruppen bringen diese kollektiven Bedeutungsmuster und Erfahrungshintergründe besonders gut zum Vorschein. Wechselseitige Steigerung der Redebeiträge oder besondere Euphorie bzw. emotionale Beteiligung deuten auf relevante Themen hin. Vor allem „kollektive Denkstile, milieutypische Orientierungen und Erfahrungen“ (Lamnek, 2005a, S. 61) können mit diesen qualitativen Gruppendiskussionen erforscht werden. Die dokumentarische Methode unterscheidet vier Stufen der Interpretation: formulierende Interpretation, reflektierende Interpretation, Diskursbeschreibung und Typenbildung.

8.2.1 Formulierende Interpretation

Im ersten Schritt der Rekonstruktion bzw. der Interpretation geht es um die Darstellung der angesprochenen Themen und Unterthemen des Diskurses. Innerhalb des Relevanzsystems, dem Rahmen der Gruppe, wird eine thematische Gliederung herausgearbeitet. Die ForscherInnen bleiben innerhalb des Orientierungsrahmens der Gruppe und suchen nach Oberbegriffen, Überschriften bzw. Themen, um einen Überblick über den Diskurs bzw. Text zu bekommen. In Summe wird die thematische Struktur erarbeitet. Przyborski (2004) schlägt vor, den thematischen Verlauf nicht als Teil der formulierenden Interpretation zu sehen, sondern als Vorstufe bzw. als Grundlage für die Auswahl jener Diskussionsabschnitte, die im Sinne der formulierenden und reflektierenden Interpretation intensiv ausgewertet werden. Diesem Vorschlag folgend, wurde in der vorliegenden Arbeit als erster Arbeitsschritt ein Gesamtüberblick jeder Gruppe mit thematischem Verlauf ausgearbeitet.

8.2.2 Reflektierende Interpretation

Im zweiten Interpretationsschritt, der „reflektierenden Interpretation“ wird das Relevanzsystem bzw. der Rahmen der Gruppe dahingehend sichtbar gemacht, dass mit alternativen Relevanzsystemen bzw. mit der Themenbehandlung anderer Gruppen verglichen wird. Im Vergleich zu unterschiedlichen Gruppen zeigen sich spezifische Weichen- und Problemstellungen (Selektivität) im Umgang mit bestimmten Themen im Verlauf des Diskurses der untersuchten Gruppe. Der Gruppenvergleich macht Gemeinsamkeiten erkennbarer und verdeutlicht milieutypische Unterschiede und Kontraste (Gegen- oder Vergleichshorizonte). Die Selbstverortung der Gruppe wird auch in der negativen Abgrenzung zu anderen kollektiven Lebensorientierungen sichtbar (durch Vergleichsgruppen). Im Mittelpunkt stehen jene Phasen des Diskurses, die durch besonders interaktive und metaphorische Dichte gekennzeichnet sind. Die reflektierende

Interpretation mit der komparativen Analyse im Zentrum ist für die dokumentarische Methode wesentlich. Durch die Vergleichshorizonte wird die Standortgebundenheit der ForscherIn methodisch kontrollierbar. Je mehr empirisch fundierte Gegenhorizonte in die Analyse einfließen, umso überprüfbarer und intersubjektiv nachvollziehbarer ist die Interpretation.

8.2.3 Diskursbeschreibung

Nach der detaillierten Analyse (formulierende und reflektierende Interpretation) wird im nächsten Interpretationsschritt der gesamte Diskursverlauf als eine Art Nacherzählung dargestellt. Die Diskursbeschreibung hat das Ziel, eine Zusammenfassung und Verdichtung des Diskurses darzustellen. Es geht weniger um eine Interpretationsleistung, sondern mehr um eine Rekonstruktion des Diskursverlaufes unter Einbeziehung der thematischen Weichenstellungen, der dramaturgischen Entwicklung samt Höhepunkten und Konklusionen. Hauptaugenmerk liegt hier darauf, wie sich die Gruppe die Themen erarbeitet hat und welche Themen nicht oder kaum behandelt wurden. Die Darstellung der Themeninitiierung über dramaturgische Themen- oder Gesamthöhepunkte bis zur abschließenden Themen- oder Gesamtkonklusion. Die Gesamtcharakteristik ist für die Diskursbeschreibung der oberste Bezugspunkt. Da die Diskursbeschreibung am Einzelfall orientiert ist, rückt in neueren Untersuchungen auf Basis der dokumentarischen Methode die Typenbildung in den Vordergrund (Bohnsack 2008, S. 141).

8.2.4 Typenbildung

Die in der reflektierenden Interpretation rekonstruierten Lebensorientierungen der Gruppen werden im letzten Interpretationsschritt zu einer Typenbildung herangezogen. Basis dafür sind vergleichende Bezüge zwischen den spezifischen Orientierungen und dem Erlebnishintergrund der verschiedenen Gruppen. Die unterschiedlichen Erfahrungsräume, ihre Abgrenzung voneinander und der Bezug zueinander müssen als Basis der Typenbildung differenziert herausgearbeitet werden. Durch Übereinstimmungen oder durch Gegenhorizonte der Vergleichsgruppen bildet sich Bildungsmilieutypisches, Geschlechtstypisches, Generationstypisches oder Entwicklungstypisches heraus. Bohnsack (ebenda, S. 50) unterscheidet fünf Typiken: Entwicklungstypik (z.B. unterschiedliche Stadien der Adoleszenzentwicklung bei weiblichen und männlichen Lehrlingen), Bildungsmilieutypik (z.B. Unterschiede der biographischen Orientierung zwischen Lehrlingen und Gymnasiasten), Geschlechtstypik (z.B. Unterschiede der biographischen Orientierung zwischen weiblichen und männlichen Lehrlingen), Generati-

onstypik (z.B. Unterschiede der biographischen Orientierung zwischen Erwachsenen und Lehrlingen und Typik sozialräumlicher Milieus (z.B. Arbeiternachbarschaft, Notwohngebiete).

8.3 Gruppenrekrutierung

Die TeilnehmerInnen der Gruppendiskussionen wurden über verschiedene Kommunikationswege rekrutiert:

- Flugzettel und Aushang an verschiedenen Bildungsinstitutionen in Wien
- Ansprache über Lehrveranstaltungen
- Inserate in Internet-Foren

Da die Flugzettel und Inserate als Teil des Grundreizes angesehen werden können, wurden die Informationen im Rekrutierungsprozess möglichst vage gehalten (siehe Anhang). Im Vordergrund war die Frage: „Was mir nahe geht, was mich besonders beschäftigt, was mir unter die Haut geht?“ Weiters wurde nur auf das Dissertationsprojekt im Fachbereich Psychologie hingewiesen und eine Aufwandsentschädigung von 10.- Euro, Getränke, „Knabbereien“ und „gute Stimmung“ versprochen. Nicht hingewiesen wurde auf die Forschungsfragen bezüglich Medien, Fernsehen oder Programmpräferenzen. Den ProbandInnen waren die forschungsleitenden Fragen hinsichtlich des Zusammenhangs von Medienkonsum und relevanten Alltagsthemen nicht bewusst. Angedeutet waren nur Diskussionen bezüglich Themen, die den DiskutantInnen wichtig sind, die sie persönlich betreffen. Damit wurden sozial erwünschte Antworten hinsichtlich der Programmselektion reduziert.

8.4 Gruppenzusammensetzung

Zur Untersuchung der Geschlechts-, Bildungsmilieu- und Alterstypik wurden acht Gruppendiskussionen gebildet. Es wurden drei Variablen (Geschlecht, Alter, Bildung) definiert und zwei von ihnen variiert (Bildung, Geschlecht), was einen direkten Vergleich geschlechtsspezifischer und bildungsmilieutypischer Gruppen ermöglicht. Die Alterstypik ergibt sich durch das Gesamtbild aller Gruppen. Geplant waren fünf bis acht TeilnehmerInnen an den jeweiligen Gruppendiskussionen.

Die acht Gruppen wurden wie folgt definiert:

- Gruppe 1: Lehrberufe in Ausbildung, männlich, 18- bis 29-jährig
- Gruppe 2: Lehrberufe in Ausbildung, männlich, 18- bis 29-jährig
- Gruppe 3: Lehrberufe in Ausbildung, weiblich, 18- bis 29-jährig

- Gruppe 4: Lehrberufe in Ausbildung, weiblich, 18- bis 29-jährig
- Gruppe 5: Studenten, männlich, 18- bis 29-jährig
- Gruppe 6: Studenten, männlich, 18- bis 29-jährig
- Gruppe 7: Studentinnen, weiblich, 18- bis 29-jährig
- Gruppe 8: Studentinnen, weiblich, 18- bis 29-jährig

Real ergab sich folgende Zusammensetzung der Gruppen:

- Gruppe 1 („Männliche Lehrlinge I“): 8 Teilnehmer zwischen 17 (knapp vor dem 18. Geburtstag) und 21 Jahren (Durchschnittsalter 18,1 Jahre) in Ausbildung zu Lehrberufen (Maler und Anstreicher).
- Gruppe 2 („Männliche Lehrlinge II“): 6 Teilnehmer zwischen 17 (knapp vor dem 18. Geburtstag) und 21 Jahren (Durchschnittsalter 19,8 Jahre) in Ausbildung zu Lehrberufen (Platten- und Fliesenleger).
- Gruppe 3 („Bürokauffrauen I“): 5 Teilnehmerinnen zwischen 18 und 20 Jahren (Durchschnittsalter 18,6 Jahre) in Ausbildung zu Lehrberufen (Bürokauffrauen).
- Gruppe 4 („Bürokauffrauen II“): 7 Teilnehmerinnen zwischen 18 und 21 Jahren (Durchschnittsalter 19,0 Jahre) in Ausbildung zu Lehrberufen (Bürokauffrauen, Hotel- und Gastgewerbeassistentin).
- Gruppe 5 („Studenten I“): 6 Teilnehmer zwischen 20 und 25 Jahren (Durchschnittsalter 22,7 Jahre) aus verschiedenen Studienrichtungen (Philosophie, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Molekulare Biologie und Biomedizin, Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, Transkulturelle Kommunikation, Deutsche Philologie).
- Gruppe 6 („Studenten II“): 3 Teilnehmer zwischen 19 und 24 Jahren (Durchschnittsalter 23,0 Jahre) aus verschiedenen Studienrichtungen (Technische Informatik, Psychologie, Rechtswissenschaften, Publizistik- und Kommunikationswissenschaften).
- Gruppe 7 („StudentInnen I“): 5 Teilnehmerinnen zwischen 19 und 26 Jahren (Durchschnittsalter 22,2 Jahre) aus verschiedenen Studienrichtungen (Kultur- und Sozialanthropologie, Romanistik, Energietechnologien, Musik, International Business Administration).
- Gruppe 8 („StudentInnen II“): 7 Teilnehmerinnen zwischen 19 und 28 Jahren (Durchschnittsalter 23,7 Jahre) aus verschiedenen Studienrichtungen (Politikwissenschaften, Psychologie, Humanmedizin, Bildungswissenschaften, Architektur, Transkulturelle Kommunikation, Bildende Kunst).

Die Variable Inländer oder Ausländer oder Migrationshintergrund wurde bei der Rekrutierung nicht kontrolliert. Bei den Gruppen ergaben sich die folgenden Verteilungen:

- Gruppe 1: 7 von 8 Teilnehmern mit Migrationshintergrund
- Gruppe 2: 3 von 6 Teilnehmern mit Migrationshintergrund
- Gruppe 3: 1 von 5 Teilnehmerinnen mit Migrationshintergrund
- Gruppe 4: 6 von 7 Teilnehmerinnen mit Migrationshintergrund
- Gruppe 5: 3 von 6 Teilnehmern Ausländer
- Gruppe 6: 2 von 3 Teilnehmern Ausländer
- Gruppe 7: 1 von 5 Teilnehmerinnen Ausländerinnen
- Gruppe 8: 2 von 8 Teilnehmerinnen Ausländerinnen

8.5 Ablauf und Leitfaden der Gruppendiskussionen

Die Gruppendiskussionen wurden in Räumlichkeiten von Bildungseinrichtungen in Wien zwischen dem 11. Juni und dem 13. Juli 2010 durchgeführt. Dabei waren Sessel rund um einen oder zwei Tische aufgestellt. Getränke, Süßigkeiten und Knabbergebäck sollten für eine möglichst angenehme Gesprächssituation sorgen. Aufgezeichnet wurde nur der Ton und neben der Moderation war eine Assistenz zugegen, welche die wesentliche Aussagen, Gesprächsstil und Körpersprache notierte.

Da die handlungsleitenden Themen im Relevanzsystem der ProbandInnen im Fokus der vorliegenden Arbeit stehen, wurde grundsätzlich eine offene Fragestellung angewendet. Die Moderation näherte sich in Verhalten und Sprache tendenziell dem ProbandInnen-Milieu an um eine möglichst lockere und freundliche Gesprächsatmosphäre zu ermöglichen. Den TeilnehmerInnen sollte es durch eine offene, empathische und wertschätzende Grundhaltung ermöglicht werden, authentische Antworten in der eigenen Sprache und der eigenen Lebenswelt entsprechend zu formulieren. Permanentes Ziel war es auch, die Selbstläufigkeit des Diskurses zu ermöglichen und zu fördern. Es sollte also keine klassische Befragungssituation zwischen ModeratorInnen und ProbandInnen sein, sondern das Diskutieren unter den ProbandInnen gefördert werden. Die Gruppendiskussionen sollten nicht durch Interventionen des Interviewers verfälscht oder gestört werden. In diesem Sinn wurde schon am Anfang der Gruppendiskussionen explizit darauf hingewiesen, dass die Gruppe unter sich diskutieren kann und dass es keinen Fragenkatalog gibt, der abzuarbeiten ist. Zur Unterstützung der Selbstläufigkeit des Diskurses wurde darauf geachtet, Pausen in der Diskussion zuzulassen, aber auch den Redefluss innerhalb der Gruppe nicht zu unterbrechen. Die relevanten Themen sollten von der Gruppe entwickelt werden und nicht durch die Forschungsperspektive oder Hypothesen beeinflusst werden. Zur Förderung der „arbeits-

teiligen“ Beteiligung der Gruppe wurde versucht, Fragen generell an die ganze Gruppe zu richten. Nachgefragt wurde grundsätzlich nur mittels immanenter Fragen. Die einzige (exmanente) Ausnahme war die Frage nach den Lieblings-Filmen oder Serien, die allerdings erst gegen Ende der Gruppendiskussionen und nach Erschöpfung der durch die Gruppe hervorgebrachten Themen gestellt wurde. Sonst wurden keine neuen Themen von Seiten der Moderation in die Gruppe eingebracht, die nicht die Gruppe schon selbst zuvor thematisiert hatte. Das immanente Nachfragen hatte vor allem das Ziel, über genauere Situationsbeschreibungen plastische und damit möglichst emotionale Beschreibungen zu generieren und dadurch die Bedeutung für die DiskutantInnen zu verdeutlichen. Die emotionsauslösenden Situationen und Themen, um die es in der vorliegenden Arbeit primär geht, sollten möglichst so geschildert werden, dass die auslösenden Bedingungen allen Beteiligten möglichst gut verständlich wurden. Die genauen Umstände und die Darstellung der beteiligten Personen sollten dem Diskurs Dynamik verleihen. Die Moderation hatte das Ziel, den potenziellen Schilderungen der ProbandInnen „Platz“ zu lassen, damit deren Perspektive sichtbar werden konnte.

Der entwickelte ModeratorInnen-Leitfaden für die Gruppendiskussionen sollte die Moderation in der konkreten Erhebungssituation unterstützen (vgl. Przyborsky et al., 2009):

- Angenehme Situation herstellen (Getränke, Süßigkeiten und Knabbergebäck verteilen), Interesse bekunden, Beziehung herstellen: „Wir machen hier keinen Test, sondern wir wollen uns einfach mit ihnen unterhalten. Ihre Meinung ist wichtig und für uns ganz besonders interessant. Wir haben großes Interesse an ihren persönlichen Erlebnissen bzw. Darstellungen.“
- Grundreiz: „Uns interessieren Situationen aus ihrem Alltag, aber auch besondere Lebensereignisse, die ihnen besonders nahe gehen, besonders aufreibend sind, die sie besonders beschäftigen, die ihnen unter die Haut gehen, sie involvieren, also Situationen, die sie besonders intensiv erlebt haben. Woran denken sie ‚aus dem Bauch‘ heraus? Können sie solche Situationen beschreiben?“
- Nur immanentes Nachfragen: z.B.: „Können sie das genauer beschreiben? Was wollten sie noch erzählen? Können sie mehr darüber erzählen? Ich habe das nicht ganz verstanden – worum ging es da?“
- Gegen Ende, also nach dem Auslaufen der Gruppendiskussion: „Gibt es auch Filme oder Serien, die ihnen besonders nahe gehen, die sie besonders intensiv erlebt haben? Bitte antworten sie ohne viel nachzudenken, sondern einfach ‚aus dem Bauch‘ heraus?“

- Ausgabe eines Kurzfragebogens (Alter, Beruf bzw. Studienrichtung, Ausbildungsjahr bzw. Anzahl der Semester, Lieblingsfilme, Lieblings-TV-Serie, Lieblings-TV-Sender).

Auf einen expliziten „Icebreaker“ wurde verzichtet, viel mehr sollte über das Bekunden des persönlichen Interesses an den Aussagen und über die Herstellung einer möglichst lockeren, entspannten, freundlichen Atmosphäre, quasi „unter Freunden“, die „Redseligkeit“ unterstützt werden.

Obwohl es um die emotional relevanten Themen im Sinne der aktuellen Lebensbewältigung bzw. Lebenssituation geht (handlungsleitenden Themen), wurde grundsätzlich versucht, den Begriff der „Emotionen“ nicht explizit zu erwähnen, sondern besser mit adäquaten Begriffen aus der Alltagssprache zu arbeiten. Mit Ausdrücken wie „aus dem Bauch heraus“, oder „nahe gehen“, oder „ unter die Haut gehen“ (siehe oben, bzw. Grundreiz) sollte die Schilderung von besonders emotionalen Erlebnissen und Themen ausgelöst werden, ohne zu sehr zu abstrahieren und ohne eine künstliche bzw. „rationale“ Gesprächsperspektive herzustellen.

Der Grundreiz war ohne jeden TV- oder Programmbezug. Nur gegen Ende der Diskussionsrunden wurden explizit die Film- und Serienpräferenzen der TeilnehmerInnen erfragt. Erst nach Auslaufen bzw. Abklingen der Spannung bzw. der Gruppendiskussion, also nach deren dramaturgischen Höhepunkten und vor Beendigung der Gespräche, wurde exmanent und explizit nach den Programmvorlieben gefragt.

Am Ende der Gruppendiskussionen wurde ein anonymer Kurzfragebogen ausgegeben, der nur wenige Items enthielt und leicht in wenigen Minuten auszufüllen war. Die Angaben wurden nicht statistisch ausgewertet, sondern dienten nur der groben Beschreibung der GruppenteilnehmerInnen (siehe oben).

8.6 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse

8.6.1 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Männliche Lehrlinge I“

Die jungen Männer leben, aus ihrer Sicht, in einer Welt voller Ungerechtigkeiten. Ihr Leben ist hart und sie sind abhängig von Mächtigen, die ihnen nicht wohl gesonnen sind. Sie empfinden Ohnmacht gegenüber jenen Menschen, in deren Einflussbereich sie sind. Sie sind davon überzeugt, dass die aus ihrer Sicht Mächtigen, intentional gegen sie vorgehen und dass schlechte Bedingungen am Arbeitsplatz nicht durch Zufall, Unwissenheit oder unbeabsichtigte Fehler passieren, sondern durch zielgerichtete Bösartigkeit der gegnerischen Gruppe bzw. der AusbildnerInnen bzw. der Vorge-

setzten. Beispielsweise wird hinter der auch im Sommer aktivierten Heizung böse Absicht vermutet (Passage „Ungerechtigkeit“, 9-16):

Cm Im Winter drehns as ab, die Orschlöcher,
Am L Yeahh;
Cm L Im Sommer drehns as auf.
Y1 Na dann hams as vergessen abzudrehen, weil sas
Am Na, na, des is jeden Tag
Cm L Na, na, des
Am Die machen das absichtlich. (1)
Hm L Das ist nicht normal.

Aus der Sicht der Lehrlinge begegnen ihnen die Vorgesetzten mit Ignoranz, Missachtung und Geringschätzung. Die empfundene Abhängigkeit von den Mächtigen und die damit verbundenen Ungerechtigkeiten beziehen sich nicht nur auf die Arbeitsbedingungen, sondern auch auf die Bezahlung (Passage „Ungerechtigkeit“, 27-42):

Hm L Sie nehmen uns Gelder,
Gm L Nicht entschuldigt;
darf man dann heimgehen, wenn man dann nächsten Tag eh nix kriegt
Hm Angeblich dürfen sie das nicht; oder, Geld abziehen von uns?
Y1 Des was i ned. i versteh des ned, wie ist das gemeint?
Gm L (Wieviel bekommen wir da eigentlich)?
Wenn ma nicht arbeiten oder so, oder wenn wir mit Arbeit fertig sind
und der Ausbildner kommt her und erwischt uns, dass wir Pause
machen, mit der Arbeit fertig sind, dann sagt er, was arbeitest du nicht
und so, ich werde dir Geld abziehen
Cm Ja, normaler Weise muss er raufkommen
und sagen dass wir nicht
Y1 L Achso. wollts ihr noch was, a Cola? (1) also, jo, (3) und
das betrifft die Situation da in der Ausbildungsstätte, am Arbeitsplatz, dass
die da a bisserl streng sand; kann man das so sagen, mehr oder weniger,
Cm Unfair sind sie.

Das Ungerechtigkeitsempfinden wird nicht punktuell analysiert, sondern wird tendenziell als grundlegendes Lebensgefühl vermittelt bzw. generalisiert: von den Gemeinheiten der Mächtigen ihnen gegenüber, der ungerechten Aussetzung der Bezah-

lung bei ohnedies schwieriger finanzieller Lage, der übertriebenen Strenge der AusbildnerInnen bis hin zum Gruppenvergleich mit anderen Lehrlingsgruppen, denen es grundsätzlich besser geht, die mehr Akzeptanz und Zuwendung durch die AusbildnerInnen bekommen bzw. grundsätzlich besser ausgebildet werden (Passage „Ungerechtigkeit“, 54-61):

Gm L Andere haben auch Ausbildner
aber die zeigen Vieles und so, die arbeiten
Hm L Die bringen was bei
Gm L Die arbeiten mit und so
Cm L Die arbeiten mit
die arbeiten mit mit den Lehrlingen
Hm Der kommt nur fünf Minuten und sagt machts das das, das, dann
geht er gleich wieder rauf.

Als dominierende Reaktion den Mächtigen gegenüber wird Resignation bzw. werden Ohnmachtsgefühle beschrieben. Sich auflehnen, diskutieren oder zumindest seinen eigenen Standpunkt zu artikulieren und zu vertreten, wird kaum versucht. Diese Art der Gegenwehr wurde, so scheint es zumindest, schon vor langer Zeit aufgeben (Passage „Strenge Ausbildner“, 21-32):

Y1 Und dann ist er wieder streng oder weg, oder was?
Gm L Jah;
Fm L Jah.
Am L Verascht uns.
Cm L Beides. streng und
Fm Verarschen tut er uns ur oft, gö?
Cm L Jah.
Gm L Ja.
Am ( ) extrem. (2)
Fm L Wir können oft nicht mal was normal fragen.
Cm Und wurscht was mir machen, gleich N.E. nicht entschuldigt;
für den Tag gleich kein Geld.

In der gleichen Passage werden an einer späteren Stelle nochmals die Ohnmachtsgefühle und die Sinnlosigkeit des Widerstands elaboriert (Passage „Strenge Ausbildner“, 65-78):

Y1 Na kann man, kann man mit dem reden?
Am L Nein.
Fm L Nah.
Gm L Nahh.
Am Mit denen kann man ned reden.
Y1 Kann man nicht reden?
Fm Der lasst einen nicht einmal ausreden.
Am Tschau, da kannst nach Hause gehen. gleich hamfahren.
Y1 Na am besten was sagt man da? Was macht man da?
Cm Na am besten gar nix.
Gm L Nix.
Cm Nix.
Am L Dann arbeiten gehen. (1)
Fm L Umdrehen und weggehen.

Wesentlich ist das Kategorisieren in Gruppen bzw. das Thematisieren in Gruppenzugehörigkeit. Die Gegner sind nicht Einzelpersonen, sondern Gruppen, bei welcher Individuen nicht hervortreten. Es werden keine Namen oder Einzelpersonen genannt, sondern Gruppenbezeichnungen. Es geht um die „Ausbildner“, die „Türken“, die „Österreicher“, die „Security“ oder die „Polizei“. Es scheint so, als ob die Lehrlinge in einer Welt von Gruppenkonflikten leben, die von Gegnerschaften rivalisierender Banden geprägt ist.

Es finden sich allerdings auch verdeckte Hinweise auf den Wunsch nach mehr Unterstützung vom System und von den AusbildnerInnen, als auch der Wunsch nach besserer Ausbildung und mehr beruflichen Herausforderungen. Die Arbeitswelt wird als monoton, ohne besondere Herausforderungen und ohne jede Leidenschaft, beschrieben. Die Lehrlinge sind eine Art Befehlsempfänger und der Grundbefehl ist still halten, sitzen bleiben, anwesend sein. Qualitatives Feedback oder herausfordernde Tätigkeiten gibt es keine. Hinter der Kritik an der Ausbildung steht eventuell der Wunsch nach mehr Aufmerksamkeit oder persönlicher Anteilnahme durch die AusbildnerInnen.

Nicht nur die Arbeitswelt ist eine raue Welt, auch in der Freizeit ist das Leben der Lehrlinge hart und teilweise lebensgefährlich. Darüber hinaus ist die finanzielle Lage schwierig und die Arbeitsplätze sind grundsätzlich nicht sicher. Dominierend sind in der Welt der Lehrlinge körperlichen Gefahren, vor allem nachts (Passage „Das Leben ist hart“, 46-69):

Am L Ja, ja, in der Nacht muss man
am meisten aufpassen.
Cm L Ich bin um halb neun heimgekommen, da war
ich 14, 15 Jahre alt oder was, (2) die schicken meistens
einen Kleinen vor, der sagt gib ma dein Handy
Y1 L Aha;
Cm Ich wollte ihn schon, schon wegdrängen, schlagen, schon, ich war
so froh dass ich es nicht gemacht hab, weil der hat drei Habara
mitgehabt, waren alle einen Kopf größer als ich,
Y1 Wo waren die?
Cm L Im Elften war das;
Y1 Na die, die sand hergekommen zu dir und?
Cm Na um die Ecke, da hams gewartet, die sind auf einmal gekommen.
Y1 Die hast nicht gleich gesehen? und dann sands gekommen?
Cm Da ist zuerst so ein Kleiner dahergekommen,
Y1 Aha
Cm L der war 13 vielleicht
Y1 Im Elften hast gsagt, aha;
Cm Da wars Handy weg.
Y1 Und, und, was, der hat‘s dir weggerissen, oder was war dann?
oder?
Cm Der hat gsagt, zeig uns dein Handy; da hob i eh scho
gewusst, des is sicher weg des Handy. (1) bevor ich mich schlagen
lass geb ich lieber mein Handy her.

Raubüberfälle und Gewaltsituationen werden thematisiert. Diebstähle von persönlich wichtigen Dingen und von hart erarbeiteten Statussymbolen (iPhone) sind eine von mehreren kapitalen Ängsten der jungen Männer. Angst scheint ein zentrales Gefühl in deren Lebenswelt zu sein. Angst auslösende Szenen werden detailliert beschrieben und sind in der Grundstruktur jenen Szenen aus Action-Filmen ähnlich, die junge Männer rezipieren (Kino, Fernsehen, Computerspiele, siehe „Robespierre-Affekt“ im Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“). Dazu eines von mehreren möglichen Beispielen (Passage „Das Leben ist hart“, 28-39):

Am Na die wollen Geld und alles.
Y1 L Aha;
Am Vielleicht haben sie kein iPhone, wollen ein iPhone haben.

Cm Das ist extrem in den Zeitungen. ich hab auch ur Angst
um mein iPhone
Am L Scheiss aufs iPhone
Sogar für Zigarette stechen sie jemanden ab, oida.
Y1 L Aha.
Am Der sagt einfach gib mir Tschik, sieht auch (deinen Partner)
Fm L Es wird immer
schlimmer.
Am Wenn Du nein sagst

Die Lehrlinge geraten häufig, meistens nachts, in potenziell lebensgefährliche Situation auf der Straße, in Diskotheken oder an anderen öffentlichen Orten. Als bedrohlich werden dabei immer Gruppen von anderen Männern dargestellt. Die Gegner sind meistens Gruppen und aggressive Individuen verstecken sich in weiterer Folge meist in den gegnerischen Gruppen. Andere Männer, die nicht alleine kämpfen wollen und sich in Gruppen aus Feigheit verstecken, sind in den Augen der Lehrlinge ohne Gruppenbezug „nichts." (Passage „Angriff und Verteidigung", 149-160):

Fm Na wenn zwei auf einen losgehen, dann ist das unfair.
Y1 Ja, jah, das versteh ich.
Fm Noch dazu auf einen Schwachen.
Y1 Und, wie ist das ausgegangen? hast du? habt's as geschafft?
oder waren die anderen jetzt mehr, oder was war da?
Fm Nachher hamma alle erwischt, in der Schule, wollt mit ihm
reden, dass er ned deppert is und so, ich wollte es eigentlich
im Reden auflösen, und wenn er deppert wär, hätt er eine
kassiert, der war viel zu feig, aber mit Freunde,
Y1 Was hat er gemacht dann?
Fm Umdraht. weggangen ist er. mit Freunde is er hoart, allan
is er nix. die Meisten sind halt so.

Auf den ersten Blick ungefährliche Situationen können in der realen Lebenswelt der jungen Männer offenbar spontan in lebensgefährliche Situationen umkippen. Die geschilderten, relevanten Szenen sind überproportional von körperlicher Gewalt dominiert. Bandenkriege, Schlägereien in Lokalen, Raubüberfälle oder Auseinandersetzungen mit der Polizei werden ausufernd geschildert (Passage „Schlägerei", 7-29):

Cm Aber auch nur im anderen Bundesland. in Wien gibt's nur
eine Disco wo ich fortgehen würd, weil bei den anderen, ich mein
will nicht jemanden schlechtreden oder was, aber (1) es ist (.)
in Wien hab ich einfach Angst auf der Straße wenn ich
alleine heimgehen würd, irgendwo, steht irgendwer.
Y1 Aha. (.) Aber ist des, da hamma schon vorher a bisserl
geredet. Ist das echt ein Thema jetzt? des mit jetzt am
Abend Angst haben müssen beim Umadumgehen?
Cm Für mich auf jeden Fall.
Y1 Ehrlich?
Cm L Wenn man spät nach Hause kommt,
Y1 Aber ihr seid's ja starke Typen, i man,
Am L @(.)@ hah.
Cm Na des hat mit dem nix zu tun, aber wenn da vier, fünf
Leute stehen.
Am L Oder mit Messer.
Y1 L Aha.
Cm L Des ist das nächste.
so nur hinhauen oder hintreten, das wär noch zu verkraften;
Y1 Aha, aha,
Cm Im schlimmsten Fall; aber ein Messerstich, (.) des is scho a
Am L Oder;
zache gschicht.

Im Gegensatz zur Arbeitswelt, in der die jungen Männer grundsätzlich in einer ohnmächtigen Position zu den Arbeitgebern und AusbildnerInnen stehen, zeigen sich in den Erzählungen von Konfliktszenen auf der Straße Gegenwehr (Passage „Schlägerei", 84-106):

Cm Is irgendwer von euch schon amal gfragt wordn, gib ma dei
Handy? gib ma dei Geld?
Am L Ja. ich schon.
Y1 Ja? und was war dann?
Am Ich hab ihm eine gegeben und er war schon am Boden.
? @(1)@
Y1 Du hast dich gewehrt?
Am L Ich war schneller als er.

Y1 Du hast das erkannt, der will jetzt was
Am L nein, ich habe ihn gemeiert.
? @(1)@ ((zwei Teilnehmer)) naha.
Y1 Na sags,
Am Na er wollte mich, ohne Spass, dann hab ich gesagt, du wolltest mich meiern, ok, du bist am Arsch.
Y1 Aha.
Am Ich hab ihn.
Y1 Was hast gmacht?
Am Ich hab ihm einen Schlag gebeben.
Y1 Aha, und dann hat er Ruhe gegeben?
Am Na sicher muss er Ruhe geben.
? L @(1)@ ((mehrere Teilnehmer))
Y1 Na da hab i was glernt. sicher, sicher
Am Du musst schneller sein als der andere.

In der Passage „Schlägerei“ zeigt sich immer wieder eine gewisse Konfliktdramaturgie (siehe „Robespierre-Affekt“ im Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“), wobei der Held von einer bösen gegnerischen Seite, ohne es zu wollen, zum Kampf gezwungen wird. Andererseits dokumentieren sich die hohe Gewaltbereitschaft und das Ausmaß möglicher Gefahren (Passage „Schlägerei“, 170-202):

Cm Und ich hab niemanden anvisiert mit den Augen, Blickkontakt oder was. ist einer zu mir gekommen und hat gsagt, was schaust die ganze Zeit so deppert.
Y1 Ja,
? @(.)@
Cm Ich wollte den Streit vermeiden, das war aber genau so einer, der was unbedingt, an Konflikt haben wollt.
((ein Handy läutet))
Y1 I wars ned. lass, is ja wurscht.
Cm Der hat angefangen zu stoßen und ich wollt eigentlich weggehen,
Y1 Aha.
Cm Und hab mich umgedreht, der hat mir fünf Schläge gegeben. auf den Kopf.
Y1 Was? Na,

Cm Mit der Faust auf den Kopf, oja.
Y1 Auf der Tanzfläche?
Cm Mitten auf der Tanzfläche.
Y1 Na servas.
Cm Und ich hab mich dann gewehrt, bin aufgestanden und ein Freund hat sich dann auch noch eingemischt.
Y1 Aha.
Cm Dann hama den zu zweit umgschnitten.
Y1 Was heißt das?
Hm Zamgschlagen.
Cm Na ()
Y1 Ich kenn mich nicht aus, was heißt das?
Cm Nasenbeinbruch und Augenhöhlenbruch. ah: Augenhöhlenbruch hat er ghabt, den Knochen hat er
Y1 Ihr habt's euch voll eineghaut, gewehrt, eigentlich, irgendwie?
Cm Gwehrt. ein Freund von mir wollt mir helfen,
Y1 Aha, na servas.
Cm Und (.) ich hab das nicht sitzenlassen auf mir.

Die verschiedenen Darstellungen von persönlichen Erlebnissen mit Gefahren und Gegnern auf öffentlichen Räumen klingt fast wie ein Wettbewerb unter den Lehrlingen, wer der „härtere Bursch" ist, wer der härtere „Kämpfer" ist, wer sich „Nichts bieten lässt" und wer, wenn es drauf ankommt, sich bis zum Äußersten wehren kann und eben vor körperlicher Gewalt nicht zurückschreckt. In der Hierarchie der Gruppe der Lehrlinge scheint die Bereitschaft zur Gewalt und die damit verbundene Durchsetzungskraft einen hohen Stellenwert zu haben. Die Wortbeiträge sind wahrscheinlich nicht nur Schilderungen emotional relevanter Szenen, sondern sollen auch den eigenen sozialen Status in der Gruppe festigen oder ausbauen. Harte Geschichten oder hartes Vorgehen mit der Schilderung der eigenen Schlagkraft und der eigenen körperlichen Durchsetzungskraft werden in dieser Gruppe von den anderen Teilnehmern bewundert. Dadurch kristallisieren sich Grundkomponenten eines positiven Orientierungsrahmens der Gruppe heraus: die Durchsetzungskraft auf Basis von körperlicher Stärke ohne unfaire Hilfsmittel (Messer gelten offensichtlich als unfaire Mittel), Entschlossenheit und Gewaltbereitschaft. In diesem Zusammenhang zeigt sich auch die Integrations-Problematik als relevantes Thema. Vor allem türkische Immigranten lösen Ängste aus und sind in der Wahrnehmung der österreichischen Lehrlinge gefährlicher bewaffnet als andere Gruppen.

Interessant ist auch der Widerspruch zwischen Ohnmacht und Inaktivität in der Berufswelt im Gegensatz zum nicht Aufgeben im Streit mit Gegnern in der Freizeit. Das kämpferische Verhalten der Lehrlinge beinhaltet Analogien zu Action-Filmen, die von männlichen Jugendlichen und jungen Männern typischerweise rezipiert werden (siehe Inhaltsanalyse und Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“). In diesen Filmen stehen häufig Figuren im Mittelpunkt, die ehrenhaft und mutig kämpfen, an sich friedliebend sind und dann, falls wirklich notwendig, häufig siegreich gegen vorerst übermächtig erscheinende Gegner hervorgehen. Es wirkt fast wie eine Kompensation für die erlebte Hilflosigkeit in der Arbeitswelt, dass die jungen Männer abends kaum Konflikten ausweichen, sich dort „stellen“. Die Emotion Ärger wird im beruflichen Kontext nicht in Verteidigungshandlungen umgesetzt, ganz im Gegensatz zur Freizeit. Bei Konflikten abseits des Hierarchiesystems zwischen Arbeiter und Vorgesetzen wird die auf Ärger folgende Handlungstendenz häufig in aggressive Handlungen umgesetzt. Aus ohnmächtigen Befehlsempfängern werden abends agierende, durchsetzungsstarke, entschlossene Männer. Wenn man sich schon im Berufsleben nicht durchsetzen kann, dann muss man sich zumindest im (öffentlichen) Privatleben durchsetzen. Angreifer müssen bezwungen werden, denn sonst droht ein Totalversagen auf allen Ebenen. Auch hier zeigt sich eine Analogie zum Medienkonsum und zu Action- und Katastrophenfilmen, in denen sich die Filmhelden üblicher Weise gegen große Bedrohungen durchsetzen. In diesem Sinne werden Konflikte selten friedlich gelöst, sondern aggressiv ausgetragen. Sie werden nicht verbal geführt, sondern fast ausschließlich auf körperlicher Ebene. Verbal-argumentative Auseinandersetzungen werden nicht geschildert. Ein negativer Gegenhorizont sind Männer, die sich nichts trauen, sich zurückziehen, quasi „den Schwanz“ einziehen. Nur Schwächlinge weichen vor dem Gegner und deren körperlichen Drohungen zurück. Sich zurückziehen und aufgeben ist in der Welt der Lehrlinge eigentlich nicht erlaubt, außer wenn der Gegner eindeutig übermächtig ist. Übermacht kann sich durch die reine Anzahl der Gegner, durch körperliche Stärke oder durch Bewaffnung (Messer, Schlagstöcke, Helme) manifestieren. Rückzug wird nur in völlig aussichtslosen Situationen vollzogen (Passage „Angriff und Verteidigung“, 83-131):

Cm Die Idee war eigentlich ziemlich gut, nur auf einmal stürmen
alle zum Zaun und reißen und reißen und keiner kriegt ihn
niedergerissen den Zaun. und dann hab amal kurz nach
rechts geschaut und hab gedacht, fuck, jetzt wird’s gleich
rundgehen, weil da sind 50, 60 Kibara gekommen
mit Schlagstock und

Y1 L 50, 60?

Cm L Ja, mit den, den Schutzschildern. da is auf einmal zugegangen wie im Stadion. auf einmal ist ein 2-Meter-Riegel vor mir gestanden und

Y1 Ja.

Cm Und hat den Schlagstock rausgezogen und hat gesagt, verschwindt, Oida, sonst gibt's ane.

Y1 Und, was hast gmacht?

Cm Na weggelaufen.

? @(1)@ ((mehrere))

Cm Schlagstock,

Y1 Der war viel zu groß, oder?

Cm Na was soll ich mir wehtun,

Y1 Der war a Kibara?

Cm Der war baut, das gibt's ned. (1) ((bewundernd))

? L @(1)@

Cm Aber ned einer, die ham sich alle auf einmal vor dem Zaun aufgestellt.

Y1 Aha. oarg. oarg.

Cm Ich hab wirklich geglaubt, jetzt gibt's Watschen.

? @(1)@ ((mehrere))

Y1 Aha. ja, ja

Cm Oida

Y1 Na die Schlagstöcke, des is

Cm Na Schlagstöcke und Schutzschilder und mit den Helmen sind's gekommen.

Y1 Na des is wüd.

Am Kannst ned zurückschlagen.

Cm Da kannst gar nix.

? ( ) ((Gemurmle von mehreren))

Cm Die ham sich hingestellt, nebeneinander, mit den Schutzschildern und mit dem Helm und mit dem Schlagstock in der rechten Hand.

Am (Turbo)

Gm Kannst as eh probieren ob's da durchkommst,

Cm Kommst ned durch (2)

Y1 Naja.

Cm A paar ham sich versucht zu stellen, ja.

Y1 Und?
Cm Drei, vier Leute warn das.
Am L Aha ((verifizierend))
Cm Die ham dann eh gwußt, des hat kann Sinn. (2)
ich hab das Weite gesucht. (1)

Die Konfliktvermeidung an sich ist kein vorrangiges Ziel. Ein „echter Mann“ stellt sich demnach den Gegnern, lässt Beleidigungen bzw. Provokationen nicht auf sich sitzen. In Summe kristallisiert sich eine Art Ehrenkodex der Lehrlinge heraus. Grundsätzliche Konfliktbereitschaft paart sich mit dem wiederholten Bekenntnis, dass man eigentlich keinen Konflikt sucht; man daher nie Angreifer, sondern nur (ehrenhafter) Verteidiger eines grundsätzlich unfairen Angriffs (auf sich selbst oder auf jemanden anderen, den man verteidigen will) ist. Hat die Auseinandersetzung einmal begonnen, gibt es kaum Grenzen. Die jungen Männer gehen, wenn es drauf ankommt, bis zum Äußersten. Die Gruppe entwickelt eine Art Konfliktdramaturgie: Auf einen ungerechten Angriff eines bösartigen Gegners, meist einer Gruppe, folgt eine Konfrontation, bei der sich der Angegriffene vorerst grundsätzlich verteidigt, obwohl er betont, eigentlich keinen Konflikt gesucht zu haben. Die potenzielle Gewaltbereitschaft des Verteidigers wird immer betont bzw. es scheint keine Hemmungen nach einer Eskalation zu geben. Am Schluss folgt eine explizite Abwertung der gegnerischen Seite, keine Relativierung, Korrektur, Einsicht oder Überdenken der eigenen Vorgangsweise. Das Bild bleibt schwarz-weiß. Das martialische Selbstbild der Lehrlinge wird durch Darstellungen der eigenen Anführer-Fähigkeiten unterstützt. Die Fähigkeit, Menschen zu einem Angriff zu motivieren, um sich zu scharen, sozusagen in den Krieg zu führen, wird als positive, bewunderte Eigenschaft in dieser Gruppe taxiert.

Die Gruppe zeigt starkes Interesse am TV-Programm und spricht spontan spezifische Empfehlungen zur Fernseh-Programmgestaltung aus. Im letzten Teil der Gruppendiskussion (Passagen „Medienkonsum I“ und „Medienkonsum II“) verändert sich die Tonalität der Gruppe, die Lehrlinge wirken lockerer, gelöster und positiver. Sie lachen, scherzen und die Stimmung wird leichter, wenn sie über ihr Lieblingsprogramm sprechen können. Dies wird als Indiz einer, teilweise eskapistischen Mediennutzung interpretiert. Das Zeitfenster Wochenende und der tägliche Medienkonsum im Vorabend bieten Erholung von der belastenden Arbeitswoche, sind vielleicht so etwas wie eine persönliche Schutzzone. Sitcoms und Animationsserien („Two and a Half Men“, „Die Simpsons“, „Futurama“, „American Dad“, „King of Queens“, „Malcolm mittendrin“, „Southpark“) mit teilweise kindlichen Inhalten wirken wie ein „Puffer“ zwischen dem ernsthaften Berufsalltag und den gefährlichen Situationen beim abendlichen Ausgehen.

Sie sind aber vielleicht auch ein Schritt zurück in die Kindheit oder Jugendwelt, die für die Lehrlinge ja noch nicht lange zurückliegt. Die Gedanken an Comedy-Serien lösen einen Großteil der Begeisterung aus, aber auch Filmkomödien werden zitiert („Nachts im Museum“, „Der Kaufhaus Cop“). Die Komödien wirken wie Stimmungsaufheller nach dem ernsten Diskurs über das schwere, freudlose Berufsleben und über die gefährliche private Lebenswelt. Pro7 hat eindeutig den höchsten Imagewert in dieser Gruppe. Auch ATV schneidet gut ab. Vor allem Pro7 wird als der grundlegend beste Sender beschrieben. Dieser Eindruck wird durch viel Detailwissen über das Programm illustriert (Passage „Medienkonsum I“, 3-50):

Cm Der ORF soll mehr Two and a Half Men spielen.
Y1 Two and a Half Men soll er spielen? ja, na eh?
Cm Ja. den ganzen Tag.
Y1 Na hamm eh gehabt, letztes Jahr hamma’s noch gehabt.
Warum soll er das machen?
Cm Die Simpsons auch.
Am ( )
Cm Futurama, American Dad, wo sind
die ganzen Serien? ((vorwurfsvoll)) die spielt’s nur auf MTV.
Y1 Na, Simpsons, die laufen eh.
Cm Ja, auf Pro7. auf Pro7 spielt sas.
Y1 Na, im ORF auch.
Am Simpsons.
Cm Wann spielt’s eigentlich die neuen Folgen? bei ORF?
Y1 Von den Simpsons? Was i ned wann die daherkommen.
aber im Prinzip, Simpsons spieln sie ja.
Cm Ich schaus aber trotzdem immer auf Pro7.
Y1 Ja. Warum?
Cm Weil die ham a super Programm. überhaupt jetzta. jetzt ham’s
wirklich. jetzta Pro7 ist daweil mein Lieblingssender.
Y1 Aha.
Cm Überhaupt der Dienstag. weil da spieln’s, ah. (1) um sechs
fangt’s an,
Y1 Ja.
Cm 10 nach sechs, zwei Folgen Simpsons.
Y1 Ja, genau.
Cm Dann Galileo,

Y1 Ja, genau.
Cm Dann wieder zwei Folgen Simpsons. Und dann vier folgen
Two and a half Men.
Y1 Ja, genau. super.
Cm Das ist wirklich super.
Y1 Schaut's ihr das auch, die anderen, a bissl? so in
die Richtung? oder?
Am Ich schau.
Y1 Du auch, du kennst ja auch die Simpsons?
Am Ja, ja, ich kenn die Simpsons.
Y1 Ihr auch eher?
? Ja, schon ((zwei Personen gleichzeitig))
Hm Warum spielt's beim ORF King of Queens nicht?
Y1 Was i ned, muss mas fragen. Warum? Taugt dir das?
Hm Ich schau's immer auf ATV.
Am L Kids. ((cool, abfällig))
Y1 Und, und was taugt dir da?
Hm Weil's so lustig ist.
Y1 Lustig?
(3)
Hm Ich dreh den Fernseher auf und schau, was ich fernsehen will

Als weitere Genres werden Horror, Science-Fiction und Katastrophen-Filme („Freddy Krüger", „Resident Evil", „Titanic", „2012", „Terminator", „Avatar", „Matrix", „Flug 93") von der Gruppe in den Vordergrund gestellt. Sonderstellungen nehme „Avatar" und „Flug 93" ein. Diese beiden Titel lösen relativ lange Diskussionen aus. „Avatar" genießt in der Gruppe einen absoluten Sonderstatus (inklusive 3-D-Begeisterung) und „Flug 93" geht mit einer Diskussion über die wahren Hintergründe rund um die Anschläge von 9/11 (Terroranschläge auf das World-Trade-Center in New York) aus.

In die Diskussion um die Medieninhalte mischt sich mehrmals das begeisterte Bekenntnis zu einem realen, offensichtlich milieurelevanten Ort, dem „Praterdome", das offensichtlich einen hohen Stellenwert und eine besondere Bedeutung für die Gruppe hat (Ort und Musikauswahl).

Mit Filmkomödien wie „Scary Movie", „American Pie" und „Superhero Movie" werden für die Altersgruppe relevante Themen wie Sexualität und Partnersuche auf humorvolle Weise bearbeitet. Eher verhalten werden explizite Erotikinhalte thematisiert und die Diskussion schwankt zwischen realen und fiktionalen Themen (Erotik-

Nachtprogramm auf DSF, Zugangsbeschränkungen zu Sex-Shops und Porno-Filmen, Filmpremieren für Frauen). Seltener tauchen in der Diskussion realistischere fiktionale Darstellungen des eigenen, oder ähnlichen Milieus auf („American History X“, „Bushido“). Auch dies wird als Medienhandeln zur Bearbeitung der eigenen, realen Milieu-Problematik und der eigenen, realen Alltagsproblematik interpretiert.

8.6.2 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Männliche Lehrlinge II“

Die jungen Männer stehen unter großem beruflichen Druck. Die Zukunftsaussichten sind nicht rosig und auf dem Weg zur beruflichen Etablierung stehen einige große Hürden, die zu meistern sind, wenn man ein erfolgreiches Leben führen will: von der Lehrabschlussprüfung über das Bundesheer bzw. den Zivildienst hin zur Arbeitsplatzsuche bei einem seriösen Arbeitgeber (Passage „Beruflicher Druck“, 26-48).

Dm Ich mach Zivildienst.
Y1 Aha, ja, und es hat noch keiner gemacht von euch?
? Na, na ((Gemurmle von mehreren))
Am Das wartet jetzt noch.
Y1 Bitte?
Am Das wartet auf uns auch noch.
Y1 Ja, ja, des ist,
Dm Es wird immer, immer schwerer und schwerer.
Y1 Mhm, und wie gemeint jetzt, also?
Dm Na Arbeit zu finden, und
Y1 Ja,
Dm überhaupt, das Leben überhaupt.
Y1 Ja, mhm,
Am Es ist ur viel Arbeitslosigkeit da draussen.
Bm L wegen dieser Wirtschaftskrise.
Am Wir werden auch so, wir werden auch so.
Y1 Wirtschaftskrise? Druck? Arbeit? Wirtschaftskrise? wie es weitergeht?
Bm Es wird alles teurer.
Y1 Teurer wird alles, ja?
Dm Der Schilling war früher viel besser als der Euro.
Bm Das sagen ur viele. ja.
Cm Mhm.

Ein mögliches Scheitern bei der Lehrabschlussprüfung wird als belastendes, nicht unrealistisches Szenario dargestellt. Alternativen für die Lebensplanung sind aber nicht entwickelt und werden auch nicht artikuliert. Abgesehen von den kurzfristigen Hürden der Lehrabschlussprüfung und des Bundesheeres sind die Lehrlinge von den düsteren generellen Berufsaussichten belastet. Weder die Ausbildung, noch die mögliche Berufsausübung werden mit Freude oder Engagement besprochen. Es sind Mittel zur Abdeckung der grundlegenden Bedürfnisse, zum Lebensaufbau. Das Bundesheer oder der Zivildienst verzögern noch den Einstieg in die Berufswelt um ein weiteres Jahr. Die jungen Männer empfinden die Pflicht am Staat als fast unüberbrückbares Hindernis, da ihnen die Zeit für die Arbeitsplatzsuche davonzulaufen droht. Die hohe Arbeitslosigkeit im persönlichen Umfeld ist schon an sich belastend, aber dann noch ein Jahr zu verlieren, scheint die Aussicht auf Erfolg zu verunmöglichen (Passage „Beruflicher Druck, 54-72):

Dm L Einen Arbeitgeber.
Y1 Einen Arbeitgeber, irgendeine Firma.
? L der einen
Bm L der einen behaltet und einen
nicht austrickst.
Am L Jah.
Y1 Ja, genau, na sicher.
Am L Diesen Job muss man nach ungefähr zwei Jahren
suchen, nach zwei Jahren kriegt man keinen Job mehr. es sind
ja auch viele Ausländer hier, kriegt man so schwer,
Y1 Warum nach zwei Jahren? warum findet man den?
Am L wir haben noch
ein Jahr bis zur Lehre, ein Jahr dauert dann Zivildienst
? ( )
Am Dauert dann die Grundausbildung ein Jahr
Em L Sechs Monate
? ( )((mehrere durcheinander))
Dm Bundesheer ist deppert.
Am Ja, genau.

Es wirkt nicht so, als ob die Lehrlinge ihr Schicksal in die eigene Hand nehmen wollen würden. Es dominiert eher der Eindruck einer gewissen Ohnmacht der Gruppe gegenüber schicksalhaften Bedrohungen: die negativen Aussichten auf dem Arbeits-

markt und die globale Wirtschaftskrise. Die Teuerung durch den Euro und ein mögliches Lohndumping durch ausländische Konkurrenten verschärft das Drohpotenzial der Arbeitslosigkeit (Passage „Beruflicher Druck“, 86-95):

Dm Du willst ja was erreichen können im Leben.
Y1 Mhm, ja sicher, mhm,
Dm Du willst ja den Kinder auch einmal was bieten.
Y1 Mhm.
Dm Über alles muss man viel nachdenken. (3)
Am Viele Firmen, also kleine Firmen meine ich, kriegen keine mehr so gute Aufträge mehr, früher ham’s gegangen, und wenn jemand ein Kunde fragt, wieviel bekommst pro Quadratmeter, diese Firma gute Preise hat, sagt sie 25 Euro, Kunde sagt, Polake macht das um 5 Euro. das ist dann,

Nicht einmal das momentan zur Verfügung stehende Geld reicht. Man kann sich kaum etwas leisten, nichts ansparen und den dringend notwendigen Existenzaufbau kaum finanzieren. Im Hintergrund läuft die Zeit. Die grundlegenden Dinge sind noch nicht finanziert. Der Führerschein oder eine eigenen Wohnung stehen weniger fundamentalen Anschaffungen, die aber für die Gruppe auch relevant sind, gegenüber. Damit sind vor allem Mobiltelefone oder freizeitbezogene Ausgaben gemeint. In Summe reicht das Geld nicht (Passage „Finanzieller Druck“, 4-52):

Dm Eine Firma finden, eine Wohnung haben,
Am Kohle
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Y1 Also, also, die Schritte, die jetzt notwendig sind, sozusagen, dass es jetzt weitergeht, sozusagen, na? klar,
Em Manche ham eh scho a Wohnungen,
Y1 Mhm?
Em Manche ham eh scho a Wohnung.
Y1 Habt’s ihr Wohnungen schon? oder?
Em Ich hab eine.
Y1 Echt? ned schlecht,
Am Führerschein ist wichtig, oder,
? @(1)@ ((mehrere)
Am Ich mach seit drei Jahren Führerschein.

Cm Du hast doch auch einen gemacht?
? ( )
Dm Ja, aber das Geld muss da sein.
Em L Ja.
Bm L Ja.
Dm Um 550
Em Des is ja nix.
Dm Des is gar nix.
Y1 Ja, so fangt's an.
Em Was (da brauchst noch a Wohnung)
Am L ( )
Em Was willst von dem Rest kaufen, da hast nix.
Y1 Ja, na sicher,
Em Da hast nix.
Y1 Ja,
Am Ok, vielleicht er zahlt Wohnung, ich zahl gar nix, ich wohn bei Eltern.
Y1 Ja, geht auch, eine Zeit lang?
Am Ich kann auch nicht mehr sparen.
Dm von 500 Euro
Em Na die meisten von uns müssen Handy
Am L Na die Handyrechnung bezahlen.
Dm L Na da
Am L Da zahl ich mehr,
Y1 Ja?
Am Fortgehen @(.)@
Y1 Fortgehen, ja?
Am Sonst Spazieren gehen mit Freundin,
Y1 Spazieren gehen mit Freundin, und was noch?
Dm Was trinken gehen.
Y1 Was trinken gehen?
Dm Spielen und so.
Am Dann bleibt nichts über, man kann nur ein paar Mal, dann nix mehr.

Die jungen Männer stehen also unter hohem beruflichen und finanziellen Druck. Viele notwendige Dinge sind kaum finanzierbar. Man bleibt abhängig von der Hilfe der Eltern oder vom Staat oder von einer ArbeitgeberIn. Die Zukunftsängste sind massiv, die Aussichten bescheiden. Als positives Beispiel mit Symbolcharakter dient Richard Lugner, von dem wertschätzend und bewundernd gesprochen wird. Er repräsentiert eine Art Hoffnungsschimmer in der angespannten Situation (Passage „Medienkonsum“, 107-132):

Em Bei Lugner City, der macht 4-D.
Y1 Und, wars’t dort? na?
Am @Na Richi will nicht deppert tun@
? @(2)@ ((mehrere durcheinander))
? ( ) ((alle durcheinander))
Am Aber wirklich, er hat das dort gut gemacht, er hat angefangen
so einen kleinen Marktplatz, mit einem kleine Zettel Textil und so
er ist im Fernkurs, er hat so angefangen, glaube ich.
Bm Ich war vorige Woche in Lugner City.
Em Lugner? Lugner? ( )
Am ( )
Y1 Vorher hat er was gemacht?
Am Ich kennen jemanden, der dort schon lange gearbeitet hat, der ist
jetzt Pensionär, erzählt, da waren als erste so kleine Geschäfte,
da waren Keks drinnen, Fernkurs oder, verschiedenen Arten,
Spielzeug und so, dann irgendwie ist er größer geworden.
Y1 Aha.
Am Da hat er die Baufirma schon längst gehabt.
Y1 Aha.
Em Er ist ja Ausgelernter.
Bm Ich war vorige Woche in Lugner City, es war Vatertag und
Dm ( )
Bm Ja, ja, und dort war Richard Lugner, der hat diese kleinen USB-Sticks
gegeben wegen Vatertag.
Y1 Aha?
Bm Ja. er war dort.

Auch wenn man einen Arbeitsplatz findet, heißt das noch lange nicht, dass man ihn auch behalten kann oder dass die finanzielle Absicherung gelungen ist. Arbeitgebe-

rInnen sind fragile Konstrukte, es mangelt an Fairness oder an deren wirtschaftlicher Basis. Konkurse oder Betrug sind reale Bedrohungen für den eigenen Arbeitsplatz und fördern das Gefühl der Unsicherheit. Eine harte Konkurrenzsituation und ein damit verbundenes Lohndumping, Ausländer, die nach Österreich drängen und meist nicht besonders gut gesonnene Arbeitgeber bedrohen die eigene Zukunft und Lebensbasis. Man ist den potenziellen ArbeitgeberInnen und deren Willkür ausgeliefert. Man muss auf der Hut sein, nicht ausgenützt oder betrogen zu werden. Abhängigkeitsgefühle vermischen sich mit Ohnmacht. Ausgeliefert ist man der Wirtschaftslage, den ArbeitgeberInnen, den Arbeitsbedingungen, der Entlohnung und der Konkurrenzsituation.

Ein weiteres essentielles Thema für die Gruppe ist die Frauensuche. Lehrlinge in fixen Beziehungen sind eindeutig in der Minderheit. Nach potenziellen PartnerInnen wird überall gesucht: im Internet, auf der Straße und in der Disco. Erfolgreich scheint man damit nur teilweise zu sein (Passage „Frauen“, 61-137):

Em Des was i ned. @(.)@ i hob no kane gfunden.
? @(1)@
Y1 Und wo suchst?
Em Na Überall. @(.)@ in der Disco, Straße,
? @( )@ ((mehrere durcheinander))
Am Internet.
Dm Internet.
Y1 Internet, ja, ja?
Bm Internet is gefährlich.
Cm L Internet ist gefährlich.
Y1 Warum is es gefährlich?
Bm Mann kann nie wissen, dass es zum Beispiel
? Eine Frau ist ein Mann
? @( )@
Y1 Was?
Bm Irgendein Mann, als ein Mädchen oder so, das dort treffen
? @(2)@ ((mehrere lachen))
Y1 Na guat, aber? gut versteh ich, kloar, aber
? @( )@ ((mehrer))
Y1 Aber irgendwann sagt man, treffma uns, dann ist es eh erledigt,
dann kommt er ned, oder, dann is eh
Am Muss man ( ) vorher Telefonnummer nehmen.
Y1 Sag noch einmal? wenn was?

Am Wenn du eine aus dem Internet treffen musst, wenn ich dort hinkomme, wie kenn ich dich, muss ich Telefonnummer wechseln
Y1 Ja,
Am Dann ist es wurscht, dann kannst eh merken, dass es keine Frau ist. @(2)@
? L @(2)@ ((mehrere lachen))
Am @Oder@
Dm L Man hat halt, ok
Y1 Und, und hat da wer Erfahrungen schon gemacht damit?
? @(1)@ ((lautes Auflachen))
Cm Er, er.
Bm Was?
Y1 Probiert, mit den?
Bm Wo::?
Y1 Mit den Internet-Bekanntschaften?
Dm Oh::ja,
Y1 Hast du schon, hast du schon wen getroffen?
Cm Sicher 20 oder 25. hast du Mädchen kennengelernt.
? Oho ((mehrere))
Y1 Na erzähl, ist ja interessant?
Dm Eh.
Y1 Wann's ok ist?
? Jo ((mehrere durcheinander))
Bm Na mit Mädchen geschrieben, getroffen und so,
Y1 Ja? und aber die waren dann aber schon Mädchen?
? @(2)@ ((mehrere))
Y1 Na es kann ja sein, dass er dann ned kommt oder so?
Bm Na, sand eh gekommen.
Y1 Und wie waren die? wie waren die Mädchen?
Cm Schiach.
Dm Die treff i nie wieder.
Y1 Na wart,
Cm Na lass ihn reden ist sein Problem.
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Y1 Na is ja wurscht, wurscht, ja? ist ja interessant (2)
Bm Jah,
Y1 Die waren ganz nett, oder waren ein paar lustig? oder hast dir

gedacht, die gefällt dir eh ned?
Em Ja, die waren eh leiwand.
Bm L Getroffen und spazieren.
? ( ) ((mehrere aufgeregt durcheinander))
Y1 Jo, @(1)@, aber war ned so? von denen hast aber sozusagen keine Freundin einmal gehabt, sozusagen?
Bm Na, nicht so ernste Beziehung.
Y1 Ja, ok,
Bm Suchen,
Dm Die meisten,
Y1 Ja?
Dm Die meisten treffen sich das erste Mal, zwei Mal, und ein sms und dann heben's auf einmal nimmer ab,
Y1 Dann nicht mehr, dann schreiben's auf einmal nicht mehr?
Dm Ja, genau. dann schreiben's wieder. ( )
Tja, wenn sie, wenn sie a Geld brauchen,
Em L dann melden sie sich.

Eine bevorzugte Beziehungsform ist eine möglichst lockere Freundschaft, ohne viele Probleme und ohne „Stress". Allerdings scheint die Gruppe von einem negativen Frauenbild dominiert zu sein. Frauen wollen finanziell abgesicherte Männer. Man will zwar so angenommen werden, wie man ist, trifft aber auf Frauen, die Sozialprestige höher bewerten, als die Individualität der Lehrlinge (Passage „Frauen", 51-59):

Em ( ) Mann mit Auto.
Dm ( ) (2) solln mich nehmen wie ich bin.
Y1 Ja?
Dm Ohne Auto, mit Auto.
Y1 Ja, genau.
Cm Das ist wichtig.
Em Des gibt's ned.
Y1 Ja,
Em Von Millionen Leut kane

Der erlebte berufliche und finanzielle Druck zieht sich damit in das Privatleben hinein. Es scheint so, als ob erst der finanzielle Erfolg eine Beziehung mit einer attraktiven Frau ermöglicht. Der wahrgenommene Zusammenhang zwischen beruflichem

und partnerschaftlichem Erfolg erhöht den Druck auf die jungen Männer im Berufsleben möglichst rasch Fuß zu fassen.

Das Freundesbild ist in seiner Grundstruktur dem Frauenbild ähnlich. Die meisten Freundschaften haben für die Lehrlinge instrumentellen Charakter. Es herrscht eine gewisse Skepsis gegenüber Freunden. Man weiß nie, ob man nicht ausgenützt wird, oder ob es sich doch um echte Freunde handelt (Passage „Freunde“, 1-22):

Cm Freunde.
Am Hast du Probleme mit deine Freunde?
Bm Na, jetzt nicht so.
Y1 Probleme mit den Freunden, oder wie?
? ( )
Y1 Aber wie gemeint?
Bm Ich hab keine Probleme mit den Freunden. er hat mich gefragt.
Y1 Achso.
Bm Hast du Freunde?
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Y1 Probleme jetzt allgemein? mit Freunden? Probleme mit Freunden ist das ein Thema? allgemein gesprochen? also? er hat das gesagt? das ist eine interessante Idee? abgesehen von da, da habt’s ihr sicher Freund? wie is es da mit den Freunden?
Dm Privat?
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Dm Ja, die meisten, (1) ja, (2) die meisten brauchen nur was, wenn’s was haben wolln.
Y1 Mhm.
Dm Also, wenn’s was haben wolln.
Y1 Aha.
Dm Melden sich halt nur, wenn’s was brauchen. und das und das.

Grundsätzlich bedeutet aber die Anzahl von Freunden Sozialprestige. Das grundlegende Misstrauen gegenüber Freunden steht dem dargestellten Eingebettetsein in eine Clique gegenüber. Der Verweis auf die perfekten Freude, mit denen man aufgewachsen ist, auf die man sich verlassen kann, wirkt teilweise aufgesetzt und mehr als Werkzeug des eigenen Imageaufbaus. Alleine ist man weniger wert, als das Mitglied einer Gruppe, die noch dazu zu einem steht und einen im Bedarfsfall auch verteidigt.

Körperliche Konflikte waren in der Vergangenheit auch in dieser Gruppe an der Tagesordnung. Es zeigt sich aber ein positiver Orientierungsrahmen, Konflikte nicht mehr körperlich auszutragen. Allerdings bestätigt auch diese Gruppe, dass in der Lebenswelt der jungen Männer körperliche Auseinandersetzungen häufig stattfinden. Die Teilnehmer sind rund eineinhalb Jahre älter als die Teilnehmer der vorhergehenden Lehrlingsgruppe. Die Männer geben sich erwachsender, ruhiger und abgeklärter. Sie selbst waren laut eigener Aussagen aber früher auch nicht die Verursacher der Konflikte. Die Schuldigen waren andere, die nicht mehr da sind. Die Lehrlinge nehmen sich als Gruppe wahr, auch in Abgrenzung zu anderen Gruppen, wie die Gruppe der aggressiven Ex-Kollegen. Ähnlich wie in der anderen Lehrlingsgruppe sieht man sich selbst nie als Angreifer, sondern nur als Verteidiger (siehe „Robespierre-Affekt“ im Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“) (Passage „Streit in der Gruppe“, 38-58):

Dm Streiterein.
Am Es waren Streiterein.
Y1 Streitereien waren?
Am Mhm. wir haben ur viele Streitereien gehabt.
Y1 Und, und mit wem?
Am Na unter uns.
Y1 In der Gruppe?
Am In der Gruppe.
Y1 Und warum, was war da?
Am Irgendwelche unwichtige Sachen. da arbeite ich, da sitze ich,
das ist mein Name, deswegen
Em ( )
Am @(1)@
? ( ) ((mehrere))
Am Kleinigkeiten
Em ( ) des is mei Platz, dann geh i
Y1 Das hat es wirklich gegeben, so a bissl Streiterein?
Bm Da wollten sie immer gleich schlagen.
Y1 Immer gleich schlagen?
Cm Jah:
Em Jetzt schlag ich nicht zurück.

Ein hohes Konfliktpotenzial hat das Thema Migration. Rahmeninkongruenzen zeigen sich bezüglich der Einwanderungspolitik. Teil des Problems ist die angespannte Konkurrenzsituation am Arbeitsmarkt (siehe oben) (Passage „Politik“, 12-37):

Am @Ich denke nicht,@ bin auch nicht Politiker, aber manchmal geht das schon bisschen auf die Nerven, das mit den FPÖ-Sachen und so, verstehen sie,
Em Die meisten sagen, das sind Nazi-Sachen
Am Is er nicht?
Em Na.
Am Oja, is a Nazi.
Em Wieso?
Bm Na super.
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Am Er hasst Türken. er hasst Türken.
Em ( ) er hasst nicht, er mag nur einfach nicht, dass mehr einekommen, weil eh scho so viele da sind und keine Arbeit finden.
Cm Machst du Türkei-Urlaub?
Am Aber wollen serbische Leute reinkommen, wollen sie eine Heimat, ( ) wollen schon Heimat.
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Am Jetzt sind die Türen offen, Grenze gibt’s nicht mehr. die fahren alle eine.
Bm L Da gibt’s noch ein paar.
Em Wann die ned in die EU komman, da kann i nix dafür. Kommts in die EU, dann kennt’s a da sein.
Y1 Mhm,
Am Glaubst ich hab was bezahlt, dass ich hier herkomme, oder was?
? @(1)@ ((mehrere))

Grundsätzlich wird die Politik als nicht vertrauenswürdig wahrgenommen. Wahlversprechen werden selten eingehalten. Auch hier dokumentiert sich ein gewisses Ohnmachtsgefühl den Mächtigen gegenüber (Passage „Politik“, 38-51):

Dm Aber die was ma wählen, die sand a ned besser, des passiert eh nie.
Y1 Dann passiert’s ned, vorher sagen’s viel, und nachher im

Endeffekt passiert eh nix, oder wie?

Am Manche betrügen, wer hat das gesagt mit der U-Bahn? dass die auch in der Nacht geht?

? SPÖ ((mehrere))

Am U-Bahn?

? ( ) ((mehrere durcheinander))

Dm Das kommt eh.

Am ÖBB?

Dm Na, des kommt eh, mit der U-Bahn.

Am Wann kommt das?

Dm Im September.

Am Nein, ich glaub nicht.

Auch in dieser Gruppe zeigt sich, dass es angenehmer für die Gruppe ist, über Medieninhalte zu reden, als über das „normale“ Leben. Schon alleine dadurch kann man von einem gewissen Eskapismus als Medienfunktion für die Lehrlinge ausgehen. Medieninhalte lenken von den realen Alltagsproblemen ab oder kompensieren sie, stehen also mit den real erlebten Emotionen im Alltag in Verbindung. Action- und Horrorfilme („Rambo“, „Rocky“, „Saw“, „Hostel“, „Freddy Krüger“, „Final Destination“) sind mit Komödien die Eckpfeiler des TV- und Kinokonsums. Das Comedy-Genre ist in der Darstellung der Lehrlinge vor allem mit Animationsserien vertreten („Simpsons“). Am Beispiel der detailreichen Schilderungen der Horrorfilme kann man davon ausgehen, dass Medieninhalte auch für die Unterstützung der eigenen Stellung innerhalb der Gruppe verwendet werden. In der Gruppendiskussion wirkt es fast wie ein Wettbewerb, wer sich am meisten anzusehen traut, wer also auch als Rezipient der „härteste“ Bursch ist (Passage „Medienkonsum“, 17-77):

Em Actionfilme, Arnold Schwarzenegger.

Bm Ja, solche. Rambo.

Y1 Rambo?

Bm Rocky Balboa

Y1 Rocky?

Em So Horrorfilme.

Y1 Horrorfilme? warum Horror?

Em Ab und zu braucht man das.

? @(2)@ ((mehrere lachen durcheinander))

Y1 @Warum braucht man das?@

? @(3)@ ((alle lachen durcheinander))
Y1 Warum braucht man des?
Em Was i ned, des is geil, chillig. viel Action
Bm L das ist für mich das Beste.
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Em Saw ein, zwei,
Dm Hostel,
Y1 Was? ein Titel?
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Y1 Na ned, dass ich einen Titel überhör.
Em Passt.
Y1 Na passt.
Em Saw Teil eins, zwei, drei.
Y1 Saw 1, 2, 3? na des kenn i ned, was is des?
Dm Na so mit Augen rauskommen und so.
Y1 Achso, der Horrorfilm, Saw, Säge? ja, ja, ja
Em Oder Hostel.
Y1 Hostel? Jo, kenn i a. kloar.
Am Hostel eins oder zwei?
? ( ) ((mehrere aufgeregt durcheinander))
Em Eins war mein ( )
Y1 Na die Unter, des kann i jetzt ned auseinanderhalten.
Em Zwei ist gor nix
Dm Die meisten Horrorfilme, die taugen mir
Y1 Die taugen dir a?
Dm ( ) zum denken wie's is.
Em ( ) Es gibt aber auch Horrorfilme, da ist der Mann psychisch ned normal, der is krank auf gut Deutsch gesagt, da kommen dann halt so Sachen.
Dm Oder Freddy Krüger.
Y1 Freddy Krüger?
Dm Ab und zu,
Em Da ist nett so viel zum Schauen, irgendwie. chillig. ist nicht so schlimm.
Am Du musst sehen den Film in 3-D-Brillen, Horrorfilme, @Action@
Em Das musst du testen. wenn Augen rausgekommen sind
Bm Final Destination, der neue
Y1 Final Destination?

Cm Der neue.
Y1 Jetzt gibt's ja schon den 4., 5. oder was?
Em Ja, den fünften, im Kino, in 3-D, der ist leiwand.
Y1 Der taugt dir auch? Hast den auch gesehen?
Bm Nein, aber er hat erzählt, das hab ich nicht geschaut.
Y1 Aha?
Em ( )
Y1 Na des is wüd. na des is a Wahnsinn.
Em An Horrorfilm in 3-D. Das ist wenn einen Kugel schießt, da glaubst du das kommt.
Bm Das kommt
Em und du glaubst, das trifft dich.
? @(3)@ ((alle durcheinander))
Em Ich bin so im Kino gesessen. ( )

Pro7 genießt mit den Stefan Raab-Formaten („Schlag den Raab", „Wok-WM") auch in dieser Gruppe einen besonders hohen Status. Als Brücke in die alte Heimat nutzen Lehrlinge mit Migrations-Hintergrund Heimatsender aus der Türkei oder aus Serbien. In der Passage „Medienkonsum" zeigt sich auch, dass die Lehrlinge sehr technikinteressiert sind: Von 3-D sind sie hellauf begeistert, verweisen sogar auf 4-D und führen ein empfangsbereites TV-Handy vor. Handy und TV-Geräte werden auch als Statussymbole genützt.

8.6.3 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Bürokauffrauen I"

Die jungen Frauen haben sehr viel gleichzeitig zu tun: Die berufliche Ausbildung abzuschließen, den Führerschein zu machen, eine Wohnung, einen Nebenjob und einen Partner finden, die alten Freunde aus der Jugend nicht aus den Augen verlieren, sich von den Eltern abgrenzen und gegebenenfalls Partnerschaftsprobleme lösen. Die jungen Frauen gehen dabei zielgerichtet vor und nehmen Mehrfachbelastungen in Kauf um ihre Ziele zu erreichen (Passage „Erwachsen werden", 76-100):

Bf Ja, aber es gibt Schlimmeres. ich meine ich arbeite samstags, freitags und samstags nach dem Kurs auch noch.
Y1 Achso? echt?
Bf Ja.
Cf L Ich hab mich auch für Samstag-Job beworben.
Y1 Dazu?

Cf Ja, schaun wir mal was draus wird,
Df L Was machst du am Samstag?
Bf Freitag und Samstag bin ich bei einem Friseur auf der ()Straße.
( ) und so.
Af Na ich hab jetzt auch vor, am Samstag arbeiten zu gehen.
Ef °Ich auch°
Y1 Mhm,
Af Damit ich mir meinen Führerschein finanzieren kann.
Y1 Führerschein finanziern? ja, klar,
Cf Ja, das ist mein Ziel erstmal. im September will ich schon antreten mit dem Führerschein, schaun wir einmal, mit dem ganzen Anmelden und den Prüfungen, aber mein Ziel ist es, bis November, spätestens bis Dezember meinen Führerschein zu haben. jetzt will ich mal am Samstag arbeiten. sehen wir mal, das Blöde ist, dass ich wegen dem Samstag-Job überhaupt keine Zeit hab.
Y1 Mhm,
Af Das hab ich schon ur oft gehört, vorgenommen, ein paar Monate, ein Freund von mir macht ihn seit @letztem Jahr@

Die Wohnungssuche ist ein wesentliches Thema. Eine eigene Wohnung oder zumindest Teil einer Wohngemeinschaft zu sein, ermöglicht persönliche Unabhängigkeit und befreit von mühsamen Familienkonflikten. Es wird zugegeben, dass es noch recht angenehm wäre, bei den Eltern zu leben, bekocht und verwöhnt zu werden. Die laufenden Kosten wären dann geringer und man hätte ein paar der relativ neuen Sorgen weniger. Das Thema wird zwar mit etwas Wehmut, aber auch mit einer gehörigen Portion Humor behandelt. Man schwankt zwischen der retrospektiven Phantasie des geschützten, elterlichen Zuhauses und der autonomen Erwachsenenwelt mit klarer eigener Meinungsartikulation und persönlicher Unabhängigkeit (Passage „Erwachsen werden“, 209-219):

Y1 Und, und, wenn ich noch fragen darf? ihr beide wohnt’s noch bei den Eltern, oder?
? Ja.
Y1 Und ist das ok, oder wie ist das, oder?
Ef Für mich ist das ok. ganz angenehm.
Cf Da musst du auch keine Miete zahlen, keinen Strom, da hat

man nichts mehr zum zahlen.

? L @(1)@

Cf L Da hat man das ganze Geld für sich.

Y1 Ja, klar,

Af Ich würd auch ur gern zu Hause wohnen.

Die finanzielle Eigenständigkeit wird schrittweise über Ausbildung und Zwischenjobs ausgebaut. Neben der Wohnung sind noch andere wesentliche Dinge zu finanzieren, die ein möglichst unabhängiges und sozial integriertes Leben ermöglichen: der Führerschein und ein Freizeitbudget für abendliche Ausgänge. Der „Ernst des Lebens“ steht quasi vor der Tür und zwingt die jungen Frauen zu gewissen Einschränkungen wie den Verzicht auf liebgewonnene soziale Rituale mit dem Freundeskreis. Einerseits gibt es viel zu tun, andererseits sollen die privaten Beziehungen möglichst wenig unter den anstrengenden Lebensbedingungen leiden. Mehrfach werden die teils negativen Auswirkungen auf die sozialen Beziehungen (Freunde wie Familie) durch die vielen Aufgaben des Alltags thematisiert (Passage „Erwachsen werden“, 54-74):

Y1 Und, und, und was fehlt ihnen da jetzt?

Cf Ja, eigentlich ganz mein Privatleben, da hab ich nur noch Samstag und Sonntag. und das finde ich zu kurz.

Y1 Ja? ja, ja, ja

Af Ja, das Wochenende ist zu @kurz@, @damit muss man sich abfinden@ @(1)@

Cf L @ja, irgendwie muss man das@

Y1 Ja, super, und sozusagen, waren das jetzt Freunde mit denen man sich getroffen hat, oder wie kann ich mir das sozusagen vorstellen?

Cf Ja, das waren Freunde, mit denen haben wir uns getroffen. wir waren eigentlich zusammen in der Handelsakademie, die machen eigentlich noch weiter.

Y1 Ja,

Cf Und zusammen sind wir was trinken gegangen und über alles geredet, aber jetzt zurzeit sehen wir uns seit April nicht mehr, wegen dem Kurs.

Y1 Mhm,

Cf Das finde ich irgendwie ur blöd, ich mein, wenn man schon dran gewohnt ist, mit denen irgendwie abzuhängen, fehlt das

alles irgendwie.

Die jungen Frauen gehen das Leben an. Sie lösen ihre Probleme, oder entwickeln zumindest Strategien zu deren Lösung. So kennen sie die notwendigen Verwaltungsschritte, um zu einer Gemeindewohnung zu kommen, kennen Förderbeträge der Krankenkasse und Kreditkonditionen (Passage „Erwachsen werden“, 155-206):

Af Habt’s ihr schon eine eigenen Wohnung?
Bf Na, leider.
Ef Bin aber angemeldet bei Wiener Wohnen.
Bf Da wartest aber zwei Jahre.
Af L Das dauert ewig.
Cf L Ja:
Ef Da wartest ja zwei Jahre oder so. bist amal irgendwas zugeschickt kriegst, an Brief, Wohnungen anzuschauen, zwei kann man sich dann anschauen.
Y1 Ja, mhm?
Ef Wenn man die zwei dann ablehnt, dann ist man dann gesperrt für drei Jahre, oder so.
Y1 Na servas?
? Ohh: ((mehrere gleichzeitig))
Ef Wenn mir die zwei Wohnungen nicht gefallen, was ist dann? muss ich mir trotzdem eine nehmen?
Y1 Und das ist von der Gemeinde? das organisiert die Gemeinde, dass man dann eine Wohnung anschauen kann, das ist von der MA irgendwas?
Ef Jah.
Af Wiener Wohnen.
Y1 Wiener Wohnen, ja.
Df ( )
Ef L Hast du einen Vormerkschein?
Cf Du hast eh einen Vormerkschein, oder?
Df Man kann sich selber welche
Cf L Man kann sich privat welche suchen.
und dann einfach
Af L Naja, das kostet halt.
Cf Da kannst Du dann halt machen was du willst, weil ich mein

du kannst auch privat suchen, du musst nicht auf Wiener
Wohnen warten. geht auch.
Y1 Mhm,
Af Wennst einen Vormerkschein hast, das kostet halt.
Ef Da musst das Geld dazu haben.
Bf @Mhm.@
Y1 Was kostet da was dann?
Af Naja, die können dann viel mehr Baukostenzuschuss verlangen.
und das alles. wenn man diese zwei oder drei Jahre abwartet, das
kommt, glaub ich auch auf den Bezirk drauf an.
Y1 Mhm,
Af Weil in manchen Bezirken sind die Wohnungen halt gefragter
Y1 Ja? mhm,
Af Oder melden sich halt mehr an, in einer schöneren Gegend oder
so, da wartet man halt länger und eben wie gesagt, wenn man das
dann abwartet, bei mir war es so, ich hab zahlen müssen, zwei
Monatsmieten im Vorhinaus, damals,
Y1 Mhm,
Af Das geht, find ich.
Y1 Ja, ja,
Af Aber wenn man dann sieben Tausend Baukostenzuschuss
zahlen muss, also,

Sie rüsten sich für die Zukunft. Auch wenn einige von ihnen sozial benachteiligt sind und schon einige harte Schicksalsschläge zu erleiden hatten, gehen sie mit einem gewissen Maß an Zuversicht und Eigenverantwortung an das Leben heran. Man hat den Eindruck, sie versuchen sich ihr Leben aktiv einzurichten. Dabei wissen sie schon, dass man nicht alle Ziele geradlinig erreichen kann. Das scheint die Frauen aber nicht zu entmutigen. Sie bringen auch positive Beispiele, wie es jemand relativ spät im Leben „schafft“ (Passage „Familie und andere Beziehungen“, 33-51):

Af Es gibt einfach Leute, die tun sich leichter mit dem Lernen.
es gibt Leute die tun sich einfach schwerer.
Ef Hhm. mhm.
Y1 Jo, jo
Af Ich tu mir jetzt auch nicht so leicht. meine Schwester tut sich
auch nicht, hat sich nicht leicht getan.

Y1 Na sicher,
Af Mein Bruder dafür tut sich ur gut,
Y1 Achso?
Af Auf einmal mit 35 ist er draufgekommen, dass er den Lehrabschluss macht. Meisterprüfung gemacht. jetzt hat er die Unternehmensprüfung gemacht.
Y1 Na stell dir vor,
Af Jetzt startet er voll durch. mit 35
Y1 Ja, naja,
Af Aber er hat damals drei Lehrjahre gemacht und dann ist er nicht zur Prüfung gegangen. ja. keine Ahnung.
Y1 Das holt er jetzt nach sozusagen?
Af Genau.

Anfangsschwierigkeiten können in ihrer Welt überwunden werden. So wie der Bruder, der erst mit 35 seinen Lehrabschluss macht. Solidarisch zeigt man sich auch mit Menschen mit Startschwierigkeiten wie Lernschwächen. Hilfe von der Familie und von einem Partner wird angenommen, obwohl eine zu große Abhängigkeit von Freund oder Familie kritisch gesehen wird (Passage „Familie und andere Beziehungen“, 192-210):

Cf Keiner lässt sich gern kontrollieren, das versteh ich auch.
Df Ich versteh dich auch.
Y1 Das kann man sicher verstehen, keine Frage. und inwiefern Kontrolle? wie kann ich mir das vorstellen, also?
Bf Naja, zu jeder Zeit wissen zu müssen, wo ich bin, mit wem ich bin, ah, mein Konto zu überwachen, ja,
? L @(1)@ ((mehrere))
Af L Des reicht eh schon.
Cf Reicht schon, eigentlich.
Y1 @Ja, ja,@
Af Wenn man 19 ist, glaube ich, will man alleine über sein Konto herrschen.
Bf Ja. ja. musste mich für jede 10 Euro, die ich von meinem Konto abgehoben hab, rechtfertigen, ah, das war mir einfach zu anstrengend. und das war mich auch zu blöd auch, dass ich mein eigenes schwer erarbeitetes Geld nicht selbst

ausgeben kann.

Y1 Ja, das kann man verstehen. (2) mh,

Bf Ja, (2)

Wenn zu wenig Geld da ist, kümmern sich die jungen Frauen selbst um zusätzliche Anstellungen, auch wenn es dadurch zeitweilig zu einer starken zusätzlichen, persönlichen Belastung kommt. Man begegnet dem eigenen Schicksal nicht ohnmächtig und passiv, sondern aktiv. Die Arbeit sucht und macht man, um Geld zu verdienen, dabei dominiert der pragmatische Zugang. Berufliche Selbstverwirklichung wird nicht thematisiert. Man steckt mitten im Lebensaufbau, und versucht möglichst gut mit den Problemen des Alltags und des Existenzaufbaus umzugehen.

Mit allen angesprochenen Themen wird ein generelles Beziehungsthema zu Familie und Freunden verwoben. Die eindeutig längste Passage der Gruppendiskussion beschäftigt sich ausschließlich mit Beziehungsthemen zu Eltern, anderen Familienmitglieder, Partnern und Tieren. Auf der einen Seite gibt es negative Erfahrungen mit ungerechten Tanten, kontrollierenden Eltern und Schwestern sowie Partnerschaftsproblemen. Als positive Gegenhorizonte fungieren die guten alten Freunde, mit denen man sich immer noch trifft, sich austauschen kann und sich einfach gut und problemlos versteht. Ebenso werden Geschwister genannt, mit denen man sich jetzt wieder besser versteht und über alle möglichen Themen verständnisvoll sprechen kann. Neben den Müttern, die häufig als die wesentlichen Bezugs- und Vertrauenspersonen fungieren, werden auch andere Familienmitglieder als „Ersatzmutter“ und „beste Freundin“ beschrieben (Passage „ Familie und andere Beziehungen“, 99-123):

Cf Das ist kein Problem. meine Geschwister leben noch immer bei uns. meine Schwester ist noch verheiratet aber sie kommt jeden Tag zu uns. nur ich hab Tanten, die sind in der Schweiz, das ist ur Leiwand, wir fahren ab und zu in die Schweiz und die kommen her, ich mein, egal, wir sind, überhaupt mit den ganzen Verwandten, die ich da hab, mit denen versteh ich mich überhaupt nicht, aber mit meinen Tanten die sind mir lieber als alle Bekannten irgendwie.

Y1 Da ist eine Nähe zueinander?

Cf L Ja, ja, ja.

Y1 Und da kann man sich auch austauschen und reden?

Cf Austauschen über alles. meine Tante ist für mich wie meine Mutter, meine zweite Mutter, aber das Blöde ist, dass sie in

der Schweiz sind und nicht hier in Wien. das wär geil.

Y1 Also, da sieht man sich nur? wie oft ungefähr?

Cf Nur zwei Mal im Jahr, oder drei Mal, maximal,

Y1 Aber telefonieren tut man dann?

Cf L Jeden Tag.

Y1 Achso? wirklich? echt, jeden Tag?

Cf Ja! Meine Mutter redet schon mit denen, weil es ist ja üblich, dass Haustelefonate gratis sind nach Wien, europaweit, dafür telefonieren die gratis.

Y1 Na des is super.

Cf Ja, in der Schweiz, die rufen uns jeden Tag an, meine Mutter telefoniert mit denen jeden Tag zwei bis drei Stunden.

Die Einbettung in die Familie und in ein Beziehungsnetz ist für die jungen Frauen wesentlicher Lebensbestandteil. Die Gründung einer eigenen Familie wird explizit nicht thematisiert, obwohl eine Teilnehmerin über die innige, hoch emotionale Beziehung zu einem Baby einer Nachbarin spricht (Passage „Familie und andere Beziehungen“, 157-190):

Cf Bei uns war es so, ich hab unsere Nachbarin, hat ein kleines Baby gehabt und ich hab auf den drei Monate aufgepasst. und ich weiß nicht, zwischen dem Baby und mir war irgendwie so ein Gefühl, ich hab gewusst, was sie will, obwohl es nicht einmal seine Mutter gewusst hat.

Y1 Aha,

Cf Aber ich mein, es ist echo oarg, man bildet halt, man will es nicht, wenn irgenwer dir etwas bedeutet, dann passiert das automatisch.

Y1 Aha?

Cf Man kann auch nichts dagegen tun.

Y1 Das ist aber extrem schön, oder?

Cf Ja, eigentlich schön, aber, ich mein, wenn man das Kind dann nur einmal im Monat sieht, dann ist es nicht mehr so schön.

Y1 Aha, versteh, also?

Cf Weil,

Y1 Ja, weil?

Cf Ja, weil, mit der Zeit, wo sie eingezogen sind, hat, ist jeder in sein eigenes Haus gegangen, da hat man sich nicht

mehr so lange gesehen und nur ab zu zu hallo, hallo, und ich mein, dann vermisst man dem Kind irgendwie.

Y1 Also das war sozusagen bei euch, ehm, eine Nähe, die ihr gehabt habt?

Cf Ja.

Y1 Und es ist schade, dass man das nicht öfter hat?

Cf Ja, weil ich hab jetzt selber keine Zeit und die Mutter will ja, typisch Mutter, will ja auf sein Kind selber aufpassen und nicht dass wer anderer auf das Kind aufpasst. aber es ist irgendwie so, dass wenn ich das Baby noch immer in die Hände nehme, da beginnt sie gleich zu weinen.

Y1 Echt?

Cf Ich weiß nicht wieso? aber ich mein, sie spürt, dass ich spüre, dass ich weiß nicht wieso, es ist irgendwie ganz anders bei uns.

Y1 Also eine Nähe, eine Nähe?

Cf Ja. ja.

Es gibt aber Grenzen für zu übergriffige Familienmitglieder oder Partner. Bei zu großem Kontrollanspruch gibt es unterschiedliche Strategien, damit umzugehen. Rückzug, aktive und passive Verteidigung werden geschildert: das Zurückziehen aus dem Einflussbereich überstrenger Eltern im Sinne eines Auszugs aus der gemeinsamen Wohnung, die aktive, rechtzeitige Abgrenzung von einer kontrollierenden Schwester und das passive Beenden oder zumindest Reduzieren einer Partnerbeziehung durch innere Distanz und Ablenkung (Passage „Familie und andere Beziehungen“, 133-155):

Bf Bis jetzt hab ich alleine bei meiner Schwester gelebt, und jetzt

? @(2)@ ((mehrere lachen moderat))

Y1 Ja? sie haben bisher bei der Schwester gelebt?

Bf Ja, ich versteh mich nicht so gut mit meinen Eltern, und ja,

Y1 Aber mit der Schwester gut?

Bf Mit der Schwester bis vor kurzem gut.

Y1 @Bis vor kurzem gut?@

Bf Ja.

Y1 Und was ist passiert?

Df L Und dann bist ausgezogen ((ironisierend))

Y1 Bitte?

Df Ich sag, deswegen ist sie @ausgezogen@.

Bf Wir hatten eine Auseinandersetzung.
Y1 Ja?
Bf Ich bin dann ausgezogen.
Y1 Aha, und wenn ich fragen darf, worum ist es gegangen ungefähr, oder?
Bf Sie hatte dann schon zu starke Muttergefühle für mich und mir war das dann zu blöd, mich kontrollieren zu lassen.
Y1 Interessant?
Bf Und einweisen zu lassen und in welche Richtung mein Leben gehen sollte, und dann hab ich gesagt, mir reichts.
Cf L Es entwickelt sich aber mit der Zeit.

Der Diskurs über die Abgrenzung der Kontrollversuche und Einflussnahme beinhaltet die eigenen Erfahrungen mit den Eltern und Geschwistern und führt im Endeffekt zu einem gegenseitigen Bekenntnis nach Eigenständigkeit und Eigenverantwortung. Die persönliche Freiheit muss erarbeitet - und wenn es drauf ankommt - erkämpft werden. Der Aufbau der finanziellen Unabhängigkeit und die eigenen Wohnung sind Mittel zum Zweck zur Erlangung des autonomen Erwachsenenstatus. Auf der pragmatisch, theoretischen Ebene scheint der Ablösungsprozess von Eltern und schwierigen Partnern zu funktionieren. Die Erreichung von emotionaler Unabhängigkeit von Beziehungen gelingt im Gegensatz dazu nicht leicht (Passage „Familie und andere Beziehungen“, 20-44):

Bf Ja, aber ich bin von zu Hause auch, also, gegangen, weil ich mit meiner Mutter nicht verstanden hab.
Y1 War nicht so mit der Mutter?
Bf Ja.
Cf °Bei mir ist es das Gegenteil mit dem Vater.°
Bf Ich bin halt ein Mensch, der darauf schaut, dass er genügend Freiheiten hat und die hab ich bei meiner Mutter nicht gehabt. und jetzt hab ich die bei meiner Schwester auch nicht gehabt. und deshalb, ich weiß nicht, aber das ist halt einfach so.
Y1 Das ist halt für sie wichtig, dass sie sozusagen?
Bf Das ist das Wichtigste.
Y1 Na das ist ja eine Aussage.
Bf Mhm.
Y1 Das ist ja spannend.

Af Bei mir ist das auch immer so. am Anfang hat sie immer gemeint, na, ich kann dich noch nicht fortgehen lassen, du bist noch zu jung, hin und her, und dann hat sie immer wieder mitbekommen, wie irgendwer einfach von zu Hause gegangen ist.

Y1 Mhm, wer?

Af Und ich war immer brav. na, wenn sie sich mit anderen Müttern amal ausgesprochen hat.

Y1 Aha, die anderen Töchter sind einfach weggegangen?

Af Ja, wenn die auf die Meinung der Mutter gepfiffen haben und einfach gegangen sind.

Eine andere Teilnehmerin spricht über den überzogenen Macht- und Kontrollanspruch des Vaters und von der starken Bindung zur Mutter (Passage „Familie und Kontrolle“, 71-103):

Cf Mein Vati ist ur arg.

Y1 Aha?

Cf Bei uns ist es so, ich versteh mich mit meiner Mutter ur gut, aber das Problem ist, mein Vater verbringt zu wenig Zeit mit meiner Familie, weil er arbeiten geht und wenn er nach Hause kommt, ist es halt jeder gewohnt, dass jeder zur Mama rennt und egal was ist, sagen wir’s halt der Mutter und nicht meinem Vater. und bei uns ist es halt so, wie bei den meisten Türken, dass Vater ist der Herrscher vom Haus und er hat den Sagen.

Y1 Mhm, mhm?

Cf Und es passt ihm dann halt nicht, wenn wir irgendwas meiner Mutter sagen, und dann geht er ab und zu auf uns los, weil, ja, was bin ich überhaupt hier, für was lebe ich überhaupt hier, und und und, das passt uns einfach nicht.

Y1 Ja? und?

Cf Das ist halt bei den ganzen Geschwistern halt so, ich bin nicht die Einzige, die sich mit dem Vater überhaupt nicht versteht, weil er ist halt so ein Mensch, der einfach sagt, ich habe das Sagen hier ihr müsst alles mir fragen, egal was ist.

Y1 Und?

Cf Das mach ich nicht.

Y1 Das ist euch zu viel? und das akzeptiert ihr nicht?

Cf L Ja, und ich bin schon 18 und ich kann meine eigene Meinung selber geben.

Y1 Mhm,

Cf Und ich lass mir von meinem Vater nichts mehr sagen. und das lasst er sich einfach nicht gefallen. ab und zu sagt er dann, zieh aus, ich ja, ok, pack meine Sachen und will gehen, er sagt dann nein, bei uns ist es nicht so, bei uns darf kein Mädchen ausziehen.

Y1 Mhm,

Cf Und das passt ihm schon wieder nicht und ich kann meine Mutter auch nicht alleine lassen. dann sag ich ok, ich bleib doch da.

Eine andere Teilnehmerin, die den Tod der Mutter zu verkraften hat, thematisiert ebenso Kontrollansprüche anderer Familienmitglieder, aber auch die positive Entwicklung der Beziehung zum Bruder (Passage „Familie und andere Beziehungen“, 107-139):

Af Bei mir war das wegen der Familie halt. wie meine Mama gestorben ist, hab ich mir mehr oder weniger aussuchen müssen, wo ich hinkomme, dann, weil da war ich, sie ist am 11. Juni gestorben und am 18. hab ich Geburtstag. kurz vor meinem Geburtstag.

Y1 Na super,

Af Und das war so, ich hab mir aussuchen können, entweder zu meinem Bruder, zu meiner Schwester oder Jugendamt. mir hat man die ganze Zeit geraten Jugendamt, und ich war auch dafür, weil ich weiß es ganz genau, es war ja auch immer der Ansatz da, wegen meiner Schwester, dass sie auch so mutiert, wie er mit dem Kontrollieren und so,

Y1 Kontrolle?

Af Ja. und außerdem sie hat auch ihre zwei Kinder und mein Bruder war auch und da wollte ich nicht so, auch vom Platz her, das wär einfach nicht gegangen. meine Hund hätt ich nicht mitnehmen können, ohne den ist das alles sowieso nicht gegangen und hab mich eben für’s Jugendamt entschieden und hab dann eben durchs Jugendamt die Wohnung bekommen und so.

Y1 Mhm, naja?

Af Meine Schwester, mit der versteh, mit der hab ich mich damals auch nicht so verstanden. mit meinem Bruder auch nicht, zu der Zeit war das halt einfach, davor schon, zu der Zeit irgendwie nicht, und jetzt seit ein paar Monaten versteh ich mich mit ihr besser, als, ich weiß nicht, so gut hab ich mich mit ihr noch nie verstanden.

Y1 Toll. mhm?

Af Also, wir reden über Sachen über die hätten wir früher nie geredet.

Y1 Also hat sich das total entwickelt, sozusagen?

Af Jah.

Y1 Und verändert?

Af Gott sei Dank.

Fallweise strenge Väter, einengende Mütter oder kontrollierende Geschwister sind mehrschichtige Themen, die die Gruppe massiv beschäftigen. Beziehungen mit Männern werden an mehreren Stellen des Diskurses diskutiert. Teilweise sind die Frauen in fixen Beziehungen, andere nicht. Auch der grundlegende Wunsch nach dem „Nichtalleinesein“ kann klare Lösungen in Beziehungsfragen verzögern oder behindern. Haustiere werden in das Beziehungsgeflecht mit einbezogen und sind auf ihre Art Familienmitglieder, die einen vor Einsamkeit bewahren können (Passage „Familie und andere Beziehungen“, 283-302):

Bf Na man hätt schon gern wen, aber, wenn sich’s nicht ergibt, dann halt nicht.

? L Ja.

Bf Ich werde jetzt nicht krampfhaft irgendwen suchen, mit dem ich irgendwas anfang. nein.

Y1 Ja, mhm,

Cf °Das find ich auch so.°

Y1 Hm? bitte?

Cf Finde ich auch so.

Y1 Aha,

Cf Das ist ( ) Lebensbedürfnis, aber nein, muss nicht sein.

Y1 Ja? aha, klar, das kennt ja jeder, ob Mann oder Frau.

Cf Ja.

Af Ich kann nicht alleine sein.
Y1 Mhm?
Af Ich kann nicht alleine sein. ich weiß nicht, ich fühl mich dann unwohl.
Y1 Mhm, unwohl?
Af Ja, ja, ich weiß nicht. alleine wär ich sowieso nicht, ich hab zwei Haustiere auch. @(2)@

Ein funktionierendes Beziehungsgeflecht ist für die jungen Frauen ein wichtiges Grundbedürfnis, die Frage nach den richtigen Beziehungspartnern und Beziehungsformen aber tägliche Herausforderung. Innerhalb der Diskussion zeigen sich keine Anzeichen von inneren Spannungen oder Konflikten in der Gruppe. Probleme wurden gemeinsam diskutiert und Problemdarstellungen anderer teils mit ruhigen Ratschlägen kommentiert.

Ausgehen am Abend ist ein wichtiger Teil des Lebens. Auch bei finanziell angespannter Lage verzichtet man nicht auf ausgedehnte Nachtschichten in Szenelokalen. Es werden milieurelevante Treffpunkte einhellig diskutiert, obwohl es typologische Differenzen der Zuordnung zu den unterschiedlichen Lokalen gibt. Das abendliche Fortgehen erfüllt verschiedene Funktionen: das Ablenken von einer belastenden Beziehung, das Suchen von Partnern und auch ganz einfach die Unterhaltung mit den Freundinnen.

Die Diskussion zum Medienkonsum war auch in dieser Gruppe lebendig und engagiert. Obwohl die Grundstimmung in der Gruppe von Anfang an nicht schlecht war, hellt sie sich bei der Frage nach Lieblingsserien und -filmen eindeutig auf. Am eindeutig beliebtesten in der ganzen Gruppe sind jenen Serien, die im Alltag der Gruppe emotional relevante Themen aufgreifen und bearbeiten. Besonders hervorgehoben wurden Serien wie „Sex and the City“ und „Desperate Housewives“. Ein interessanter Nebenaspekt ist, dass die jungen Frauen technisches Equipment wie Computer und Beamer benützen um sich einen ihrer Lieblingsfilme anzusehen, anstatt ihn gemeinsam im Kino zu sehen oder auf die Fernsehausstrahlung zu warten (Passage „Medienkonsum“, 1-62):

Bf Also meine Lieblingserie ist Sex and the City.
? Ja. das ist ( ) ((mehrere))
Y1 Zack, ja?
? @(.)@ ((mehrere))
Bf Das ist einfach, ich weiß nicht, wenn man Single ist, dann ist

das einfach so lustig anzuschauen.
? L Ja. jah. ((mehrere))
Af Auch wenn man nicht Single ist.
Y1 Auch wenn man nicht Single ist?
Af @(1)@
Bf Es ist einfach so schön verpackt, Ironie und das Ganze, ich liebe das.
? @(1)@
Bf @ja@.
Y1 Super, ja?
Df Ich find's auch super.
Y1 Also ihr zwei auch?
Af Ich hab ganz, ganz viele Lieblingsserien.
Y1 Ja, geht schon, welche? welche?
Af Two and a Half Men
Y1 Two and a Half Men?
? Jah. ((mehrere))
Af Charlie Sheen.
Y1 Der Charlie Scheen, ja? wo? auf welchem Sender?
Af ORF1.
Y1 ORF1, aha, ja?
Af Dann Scrubs, die Anfänger, das sind diese
Y1 Scrubs? ja?
Af Ärzte eben,
Y1 Ärzte?
Af Eben auch Sex and the City.
Y1 Die Serie, ja?
Af Ja, und der Film auch.
Y1 Den neuen auch gesehen?
Af Ja.
Cf L Ja.
? L Ja. @(1)@ ((mehrere durcheinander))
Y1 Miteinander geschaut?
Af Den haben wir uns hier in der Schule angeschaut.
? Ja.
Y1 Echt? wie geht denn des?
? @(2)@ ((mehrere))

Af Das geht nicht offiziell.
Y1 Die haben das da organisiert? oder nein?
Bf Wir haben uns einen Beamer organisiert und über den Laptop dann gschaut.
Y1 Und ihr selber habt's den mitgebracht, oder?
? Ja. @(1)@ ((mehrere))
Y1 Übers Internet geholt halt?
Af Ja.
Y1 Den Neuen? echt? ihr seids auf zack,
Bf Man kann ja alles schon streamen online.
Y1 Ja, ok, und, und, ja?
Bf Ich halt find, meiner Meinung nach, dass die Serie besser ist als der Film.
? Ja. ((mehrer))
Y1 Das sagen einige, ja? mhm?
? Ja. ((mehrere))
Af Desperate Housewives, auf alle Fälle.
Y1 Desperate? ja,
Bf Das ist super.
Af Da verpass ich keine Serie.

Über Ironie wird eine gewisse Distanz zu den eigenen Problemen aufgebaut. Die Inhalte wirken wie emotionale Ventile, die auf einer realitätsbezogenen Basis den jungen Frauen humorvolle Erleichterung verschaffen. Comedy-Serien bzw. Sitcoms werden positiv bewertet und tragen zur Unterhaltung zwischen Berufsleben und privaten Spannungen bei. Die Serien werden vor allem auf ORF1 und Pro7 gesehen, obwohl der Aspekt der nichtvorhandenen Werbeunterbrechungen für ORF1 spricht. Serien mit keiner persönlichen, lebensweltlichen Relevanz werden abwertend erwähnt. Als negatives Beispiel dient „Dirty, Sexy Money", das kaum oder negative emotionale Relevanz für die jungen Frauen bedeutet. Das soziale Milieu ist weit weg von den realen Lebensumständen der Gruppe und daher auf Grund fehlender Identifikationsmöglichkeiten wenig involvierend. Die dargestellten zwischenmenschlichen Konflikte sind dann aber vielleicht wieder zu real und erinnern an eigene negative Erlebnisse, als dass eine unterhaltende Nutzung für die jungen Frauen funktioniert. Details zum Sendungsablauf des Serienmontags auf ORF1 und auch Details zu der Anzahl der Staffel einer Lieblingsserie sind den Teilnehmerinnen bekannt.

8.6.4 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Bürokaufrauen II“

Das übergreifende Thema der Gruppe ist „Beziehungen“. Beziehungen zu Lebenspartnern, zu Freunden und zu Familienmitgliedern sind hoch relevant für die jungen Frauen. Die Beziehungswelt ist aber äußerst kompliziert und die Frauen bewegen sich in verschiedenen, einander überlappenden Beziehungswelten und Netzwerken. Einerseits geben Freunde Halt, stärken das Selbstbewusstsein und bezeugen den sozialen Status, anderseits gibt es sozialen Betrug und tiefgehende Enttäuschungen. Jemandem zu vertrauen wird zu einer schwierigen Aufgabe, da die Frauen gelernt haben, dass man sogar von Freunden oder Eltern enttäuscht werden kann. Darauf reagiert wird mit Rückzug, Abgrenzung, Reaktanz und Trauer. Die unbeschwerte Zeit der Jugendfreundschaften scheint vorbei zu sein. Es ist eine wichtige Aufgabe zwischen wahren und falschen Freunden zu unterscheiden. Zu den Problemen mit dem Freundeskreis kommen die Beziehungsprobleme mit dem Lebenspartner hinzu. Es ist für die Frauen nicht leicht, eine gute Balance zwischen der partnerschaftlichen Beziehung und dem angestammten Freundeskreis zu finden. Die dadurch entstehende Konkurrenzsituation kann belastend, konfliktreich und von Eifersuchtsszenarien geprägt sein (Passage „Beziehungen“, 136-160):

Af Und dann bist du wirklich in einer Brücke zwischen zwei, drei Leuten und du weißt nicht, wohin du gehst, einmal rechts oder links, es sind immer die Gerüchte, du bist in der Mitte und die Brücke fällt ((klatscht dabei in die Hände)). Es bricht durch in der Mitte und du weißt nicht, was du machen sollst. ich mein deswegen,

Gf L ( ) willst du nicht verlieren?

Af Bist du alleine?

Y1 Ja?

Af Dein Weg ohne Freunde. du hast nicht zehn Freunde, sondern einen Freund, oder Freundin. und du gehst deinen Weg, oder du hast viele Freunde, die Gerüchte kommen mit.

Cf Aber weist du was es ist, mit deinem Mann oder mit deinem Lebenspartner, du liebst ihn, sozusagen, du stellst dir eine Beziehung mit ihm vor, dann wird er derjenige sein, der viel mehr für dich da sind, aber auch auf die Freunde kann man sich nicht immer verlassen.

Af L Nein, ich hab das gerade nicht gemeint.

Cf L Ich weiß was du gemeint hast. aber ich meine halt so, mit deinem Lebenspartner verbringst du mehr Stunden, mehr schöne Stunden, also, zehn Mal, ah, wie sagt man, das Zehnfache,

Y1 Das Zehnfache, ja?

Cf Und mit Freunde vielleicht drei,

Ein wesentlicher Punkt ist somit das Vertrauenkönnen in Beziehungen. Das Bedürfnis nach Vertrauens- und Bezugspersonen ist groß; die wesentliche Aufgabe ist aber, die richtigen Personen dafür auszuwählen, die das geschenkte Vertrauen nicht enttäuschen. Dem Partner kann man grundlegend ebenso wenig vertrauen wie dem eigenen Vater. In diesem Zusammenhang wird sogar eine Vertrauenshierarchie diskutiert, die die Mutter an oberste Stelle reiht. Väter werden mit Männern erst nach den Geschwistern gerangreiht. Nochmals kommt die Frage auf, ob man eher dem Partner oder den Freunden vertrauen soll (Passage „Beziehungen“, 161-221):

Af Es ist jetzt so, dass ich jetzt verheiratet bin und so, das heißt ich liebe meinen Mann, ich steh ihm, ich bin immer für ihn da, ich bin hinter seines, ich bin bei seiner Seite, ah, wegen ihm hab ich auch mit meinen Eltern Probleme gehabt, mal auf die Seite, hat er, hat er mich damals betrogen? ja. hab ich ihm verziehen? ja. hat er sich verändert? ja. aber bei uns gibt es, bei unserer türkischen, ich bin keine Türkin, aber trotzdem, bei uns gibt es so ein Wort, vertraue nicht mal deinem Vater.

Cf Mhm.

Y1 Mhm, aha?

Af Sogar dein Vater wird hinter deinen Rücken irgendwas machen, Spiele spielen, wegen das Geld oder wegen irgendwas, sogar vertrau nicht einmal deinem Vater, wie sollte man seinem Mann so gut vertrauen? also, mein erstes Vertrauen ist nur für meine Mutter. und dann kommt meine Geschwister.

Cf L Na das ist jetzt,

Af L Dritte Stelle ist mein Mann, und später, auch nach ein paar Stufen sind meine Freunde da und die Freunde nicht mehr Freunde, sondern es gibt nur eine Freundin.

Gf L Auch?

Af Die für dich zwanzig Stunden für dich immer da ist, und deine wahre Freundin siehst du wenn du weinst, wenn sie auch mitweint. Manche Leute sind so

Gf L Welche?

Af Die spielen damit, aber die spielen. aber die Tränen kommen schon so, dass du merkst, das ist eine Lüge, sie spielt nur mit, sie will nur mitweinen, weil, das ihr auch guttut, oder das ist nur das ist ihr Charakter, tschuldige,

Af Das ist der scheiß Charakter von ihr.

Y1 Mhm,

Af Ich mein, Mann zu haben ist wirklich schön, der dich liebt, den du liebst, du willst Kinder mit ihm haben, erziehen und so, für immer und ewig, aber vergiss nie, Menschen ändern sich, auch nach zehn, es gibt ur viele, ah, die verheiratet sind, nach vierzig Jahren betrügt der Mann die Frau mit fünf Kinder.

Gf Genau.

Y1 Mhm,

Af Es gibt auch solche Männer, bis jetzt, bis 39 Jahren waren sie sehr gut, er hat, sie hat ihm vertraut, er hat alles für sie getan, die fünf Kinder noch dazu, nach 40 Jahren betrügt er sie, wieso? weil der Charakter ändert sich, vielleicht hat er dann mehr Geld gehabt, oder vielleicht hat er ein neues Auto oder Wohnung, oder vielleicht hat er sich geändert, oder der Freundschaftskreis was er hat gehabt mit 40, ich weiß es auch nicht jetzt, aber, ich mein, wie weit kannst du deinem Mann vertrauen bitte? ok, du schlafst mit ihm in einem Bett, du hast Kinder mit ihm, aber wie weit kannst du ihm vertrauen? er ist nicht dein Bruder oder dein Cousin, oder irgendwer

Cf L Das gibt’s ja nicht

Af Du kannst ihm nicht so schnell vertrauen. das geht nicht.

Cf L Den Freunden, denen du nix gesagt hast. ich mein. du hast gesagt, ja, Vertrauen zwischen Freundschaft und Partner, deswegen hab ich das auch gesagt ((emotional))

Af Also du meinst? man sollte mehr aufs Mann vertrauen?

Cf L ( )

Af Statt Freunde?

Cf Ja.
Af Das meinst du?
Cf Ja.

In Bezug auf die Väter dokumentieren sich teilweise große Enttäuschungen, die als eine Art negativer Gegenhorizont zum Mutterbild dargestellt werden (Passage „Beziehungen“, 867-1053):

Gf Familie ist was Besonderes.
Y1 Was Besonderes? ja?
Af Vielleicht die Mutter,
Bf L Die Mutter überhaupt.
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Af Die Mutter vergöttern.
Gf Die beste Freundin, man kann mit ihr über alles reden.
Ef In guten,
Y1 Hmh?
Ef In guten wie in schweren Tagen.
Af ((beginnt zu applaudieren)) Ein Wort ist rausgekommen
((applaudiert weiter)) es ist Punkt 18.00 Uhr.
Y1 Wenn, wenn,
Bf Punkt 17.00 Uhr, wenn schon.
Y1 Eine tolle Bindung, passt,
Af Nicht schlecht gemeint.
Y1 Ja.
Gf @(.)@
Af Wir warten schon die ganze Zeit auf ihre Stimme,
? @(2)@ ((mehrere durcheinander))
Bf Sie ist so süß.
Y1 Also die Familie? und das Vertrauen zur Mutter? na, haben
wir gehabt?
Cf Ja, für die Mutter muss man einen anderen Namen ausdenken,
was aussuchen, was wertvoller ist, als, ein Wort wie man es
einfach nicht beschreiben kann.
Y1 Ja? aha?
Cf Die Mutter ist etwas anderes.
? ( ) ich liebe meine Mutter.

Bf Ich muss sie anrufen.
Af Mama,
Cf Das ist unbeschreiblich.
? @(1)@
Y1 Aha? aber das ist?
Gf Sie ist das Beste.
Y1 Aha?
Gf Das Beste.
Y1 Bei euch auch?
Df Nicht meine Mutter.
Y1 Nein? nicht mit der Mama?
Df Nein.
Y1 Ja? ok?
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Y1 Da ist der Papa eher die Bezugsperson? aha, ja?
Bf Bei mir ist es unterschiedlich.
Y1 Unterschiedlich, also, wir haben die, die die Mutter total vertrauen?
Af L Ja.
Cf L Ja.
Y1 Wir haben aber auch den Papa amal in einer anderen Familie, na? wir haben die Familie ganz wichtig, überhaupt?
Af L ( )
Y1 Bitte?
Af Wenn ich pleite bin, dann ist die Mama da @(1)@
Y1 Bitte?
Af Wenn ich kein Geld hab, dann ist die @Mama da@
Y1 Ja? na Gott sei Dank, ja?
Af Ich mein nicht nur die Mutter, der Vater, die Geschwister.
Y1 Auch die Gesch,
Af Das alles, ich finde eine Familie, ich weiß nicht, wenn ich reingeh, reingeh nach Hause, wenn nur meine Mutter alleine dort ist, ist es mir schon irgendwie fad, mit Geschwister und Vater, es ist wirklich so himmlisch.
Y1 Passt total gut, sie hat zwar wenig gesagt, aber wirklich das auch wirklich das voll getroffen irgendwie.
Cf Aber es ist nicht so

Y1 Da versteht's ihr euch recht gut?

Cf In verschiedenen Familien ist es anders, zum Beispiel denk ich mir, mein Vater tut mir leid, aber manchmal denk ich mir, außer dass er für mich ein Vater ist, dass er mich sozusagen gezeugt hat, ist er nix.

Y1 Aber, da ist keine so eine Verbindung, oder?

Cf Nein, es gibt kein, manchmal tut er mir einfach leid. aber

Bf Aber die Mutter find ich, ist näher, weil sie erstens einmal dich neun Monate lang im Bauch getragen hat und dich auch ernährt hat und sie immer neben dir war. die Mutter kann sein, der Vater ist vielleicht in der Arbeit, die Mutter ist manchmal zu Hause und sie kocht für dich, sie verbringt mit dir die Zeit und,

Af Sie wäscht deine Wäsche,

Bf Den Papa sieht man vielleicht nur am Wochenende, wenn er arbeitet, und so

Y1 Mhm, mhm,

Bf Vielleicht kann es deswegen sein, dass man mehr auf die Mutter fixiert ist, als auf den Vater.

Gf Bei mir war es anders. als wir nach Österreich gekommen sind, meine Mutter war nur bei uns, mit drei Kinder, sie hat auf uns drei Kinder aufgepasst. wir hatten sehr schlechte Situationen gehabt. wir hatten keine Wohnung, wir hatten keine Erlaubnis, keinen Schein um zu arbeiten, halt acht Jahre und fünf Jahre waren wir hier. meine Mutter hat auf uns aufgepasst und alle drei Kinder wurden krank und sie hat vieles ertragen müssen und dann nach fünf Jahren ist erst mein Vater, wo alles ok geworden ist,

Cf Mhm.

Gf Gekommen.

Y1 Aha, interessant,

Gf <u>Alles</u>, ( )

Cf Aber vielleicht, sie kennen sicher Traiskirchen?

Y1 Freilich.

Cf Manche genieren sich das zu erzählen, aber wieso sollte ich mich schämen?

Y1 Na muss man sich ja nicht.

Cf Jeder, jeder die ein neues Leben in einem anderes Land anfangen

will, gibt es immer am Anfang schwierige Situationen, aber wenn es, man immer daran denkt, ja, es wird besser, es wird besser, es wird auch besser.

Y1 Super, mhm,

Cf Ahm, meine Mutter soll sozusagen (1) früher hab ich mich geschämt jetzt schäm ich mich nicht mehr, weil meine Mutter hat für ihre zwei Kinder gearbeitet. damals waren wir zwei Kinder, für die zwei Kinder hat sie dreckige Toiletten geputzt wo 72 Nationen dort aufs Klo gegangen sind.

Y1 Ja,

Cf Und nicht einmal sozusagen runtergespült haben und dann meine Mutter hat das geputzt für ihre Kinder.

Y1 Ok, mhm,

Cf Und dann als alles, also wir haben nach zwölf Monaten Asyl bekommen, also wir waren zehn Monate in Österreich, also in Traiskirchen waren wir, und, ja, dann ist mein Vater nach Österreich gekommen wo meine Mutter schon alles hinter sich gehabt hat, genau wie bei ihr, Klo geputzt hat,

Y1 Mhm,

Cf Auf die Kinder aufgepasst hat, für die Kinder immer da war, und dann ist mein Vater gekommen und bei uns sagt man so also, ich sag's so, meine Mutter hat alles gemacht und mein Vater ist gekommen und manchmal hat er eine so lange Zunge, das ist <u>unglaublich</u>,

Gf L Ja. ja, auf jeden Fall.

Cf <u>Das ist unglaublich</u>.

Y1 Wie, wie, wie?

Gf Breit und so kommt er.

Cf Wenn du so irgendwas sagst, na wieso? ich hab dich doch nach Österreich gebracht. wenn <u>ich</u> nicht in ((Land)) arbeiten gegangen wär, wenn das und das nicht wär, dann wärst du sicher nicht da. und tut immer alles unter die Nase reiben. und meine Mutter ist nicht von ihm abhängig. meine Mutter, meine Mutter ist nur mit ihm in Kontakt wegen meinem kleinen Bruder. weil mein kleiner Bruder braucht auch seinen Vater, aber manchmal denk ich mir, mein Vater ist kein gutes Vorbild für meinen Bruder einfach.

Y1 Mhm, mhm,

Cf Es ist besser, wenn mein Vater einfach aus unserem Leben verschwinden würde. aber es geht nicht, er ist, ich muss damit klar kommen, dass er eben mein Vater ist, das ist alles. ich sag zu ihm ah hallo Papa, wenn er mich anruft, schön und gut, aber die Liebe die ich für meine Mutter empfinde, empfinde ich nicht für meine Vater.

Y1 Mhm,

Cf Überhaupt nicht.

Y1 Mhm, interessant?

Gf Bei mir war auch, mein Vater sagt, mein Vater mit meiner Mutter diskutiert manchmal, sagt er immer, ja, du hast die Kinder krank gemacht, du warst nicht verantwortlich, obwohl Krankheit selber kommt, man kann alles kaufen, außer Gesundheit, außer Liebe,

Y1 Mhm, mhm,

Gf Krankheit kommt einfach, immer wenn die streiten, ja, du hast die Kinder krank gemacht, dies oder Papa kannst du aufhören damit, jeden Tag Streit zu Hause, ich kann es nicht mehr ertragen.

Y1 Mhm,

Cf Und mein Vater war nie für uns da, für die drei Kinder. Sagen wir seit mein Bruder auf der Welt ist, hat mein Bruder ihn vielleicht, er ist jetzt acht, sein ganzes Leben vielleicht bis er, also jetzt ist er acht, ich glaub ein Jahr ihn nur richtig, war er nur ein richtiger Vater für ihn. also nicht nur in einem ganzen Jahr aufgeteilt, sondern in einem Jahr, ja.

Y1 Mhm,

Cf Das ist einfach, und er tut sie, ja, alles unter die Nase reiben, das und ich hab meinen Freund kennengelernt damals und er war nicht in Wien, er war wo anders, und er hat er gibt, jetzt bin ich mit meinem Feund zusammen, er hat mir alles geschenkt und sozusagen, keine Ahnung, er hat mir er hat mich,

Gf (Das ist Liebe.)

Cf L Als ich ganz unten war, war er der Einzige, der meine Hand genommen hat und mich hochgezogen hat und mein Vater

sagt es noch immer zu meiner Mutter, ja, du bist schuld, dass sie jetzt mit diesem Junge zusammen ist, aber das sind, das interessiert mich nicht, weil ich weiß in zehn Jahren, in fünfzehn Jahren wird mein Freund nicht so sein wie mein Vater,

Y1 Mhm,

Cf 100 prozentig nicht. es stimmt, Menschen ändern sich, aber vielleicht mein Freund ändert sich auf irgendeine Art und Weise aber nicht wie mein Vater. und meine Kinder werden sicher nicht so leiden, wie ich damals gelitten hab. das werd ich sicher nicht zulassen.

Die Beziehung zur Mutter wird ganz besonders positiv dargestellt. Sie ist nicht nur absolute Vertrauensperson, sondern hat einen Sonderstatus, der sie von allen anderen Menschen abhebt. Die Mütter werden von Teilen der Gruppe zu Heiligen erhoben, während die Väter mit sehr negativen Attributen assoziiert werden. Dem positiven Mutter- und Frauenbild steht ein generell negatives Väter- und Männerbild gegenüber. Einige Teilnehmerinnen sind sich einig, dass man Männern prinzipiell nie trauen kann. Dabei wird betont, dass sich Menschen immer (zum Negativen) ändern können. Vor allem geht es um Betrug durch den Ehemann, auch nach vielen guten Ehejahren. Der hohe Anteil von Frauen mit Migrationshintergrund ist bei der Interpretation dieser Gruppe besonders zu berücksichtigen. Das negative Männerbild hängt offensichtlich mit persönlichen Erfahrungen und der eigenen Familiengeschichte zusammen. Die Väter leisteten in der Vergangenheit viel weniger für die Familien, waren oft nicht einmal anwesend und die Mutter leistete den Hauptteil der Verantwortung und der Arbeitsleistung für die Bedürfnisse der Kinder. Die Väter enttäuschten nicht nur in der Vergangenheit, sie belasten die Familien auch in der Gegenwart. Anmaßendes Verhalten der Mutter und den Kindern gegenüber ist nur ein Teil des „Macho“-Gehabes der Väter. Etwas relativiert wird das negative Männerbild von Beispielen aus dem Freundeskreis, die wie männliche Antithesen zum Vater fungieren.

Trotz der vielen persönlichen Enttäuschungen und der Beziehungsprobleme sind die Frauen der Ansicht, dass man das Leben in die eigene Hand nehmen und die Eigenverantwortung ausbauen kann. Vor allem die Mütter dienen als ermutigende Vorbilder, wie man das Leben positiv verändern kann. Wenn man will, kann man positive Zukunftsszenarien für sich in die Realität umsetzten (Passage „Beziehungen“, 408-434):

Cf Das Leben kann man sich selber gestalten.

Y1 Mhm,

Cf In dem man an Zukunft denkt, in dem man an Sachen denkt, die man für nix hält, das Leben kann man schöner machen, das Leben kann man anders gestalten,

Y1 Mhm,

Cf Zum Beispiel hab ich früher jeden Tag geschlafen, ich bin um vier Uhr schlafen gegangen, bin um sechs, sieben am Nachmittag aufgestanden,

Y1 Mhm,

Cf Das war kein Leben.

Y1 Mhm,

Cf Für mich damals war's ein Leben, das Leben kann man jederzeit ändern mit verschiedenen Einstellungen.

Y1 Mhm,

Cf Und mir ist dann klar geworden, ich muss eine Ausbildung machen, das ist das Wichtigste. ich will nur damit das sagen, dass man das Leben halt gestalten kann, anders gestalten, schöner gestalten kann.

Y1 Gestalten? ja? ja?

Cf Schöner gestalten. und dass es nicht nur so schwer und dings vorkommt.

Y1 Bitte? so schwer?

Cf Dass man nicht dann sagt, das Leben ist so schwer.

Y1 Ja?

Cf Hart. aber das kann man selber mit eigenen Händen kann man das ändern. wenn man den Willen dazu hat.

Die angestrebte Ausbildung ist ein klares Ziel, das zur eigenen Absicherung wichtig ist. Das Streben nach Autonomie dokumentiert sich nicht nur in dem Wunsch nach beruflicher Selbstständigkeit, sondern auch nach einer Abgrenzung zu den Wünschen der Eltern, hier besonders zu den Wünschen des Vaters bezüglich der Partnerwahl.

Ein weiteres Hauptthema der Gruppe ist die Suche nach der großen, wahren Liebe. Dazu gibt es aber bereits einige schwere Enttäuschungen im Leben der jungen Frauen. Trotzdem kann die Hoffnung auf die wahre Liebe als Grundkonstante in der Gruppe begriffen werden (Passage „Beziehungen“, 469-499):

Cf Mit 18?
Af Nein, oja mit 18, wo ich meine große Liebe, also meine erste große Liebe verloren hab ghabt, also die Trennung war,
Gf Oje.
? Oje, ma ((mehrere bedauernd))
Af Das Leben war wirklich zerstört. hab ich nicht an Selbstmord gedacht, hab ich nicht an Heimfliegen nach Türkei gedacht, ich hab alles gemacht, alles Mögliche, aber mir ist dann, die Freunde, die waren auch dann weg, die haben gesagt, gemma fort, machma des, so vergisst du ihn, ja, irgendwie tun mich die, haben mich die abgelenkt und so, später irgendwann war das Geld weg, zu Ende, das Job hatte ich auch nicht mehr,
Y1 Mhm,
Af Und die Freunde waren auch weg, die Liebe war auch weg, ich war dann alleine dort. und die Mutter war auch böse auf mich weil ich jeden Tag fort war, weil ich mich jeden Tag angesoffen hab, weil ich jeden Tag geweint hab, nur wegen einer Liebe. nur wegen einem Typ.
Gf Darf ich was sagen?
Y1 Ja, na freilich, geht schon, klar,
Bf Leg los.
Gf @(1)@ ich wollte nur sagen, wenn jemand das Mut hat sich zu verlieben, muss auch das Mut haben, das Schmerzen halten.
Y1 Aha, ja?
Af Das stimmt auch.
Y1 Aha? ja, also?
Bf Das ist ( )
? @(2)@ ((mehrere durcheinander))
Y1 Das ist ein guter Spruch. sie schreibt?
Bf L Sie schreibt jeden Tag in das Buch rein.

Die Geschichten bezeugen hoch emotionale Bindungen mit teilweise dramatischem Verlauf. Herzen wurden gebrochen, es wurde gelitten und aufopfernd geliebt. Zum Erfolg führte das Verhalten aber selten. Auf Basis der Enttäuschungen werden neue Strategien entwickelt. Man arrangiert sich mit verlässlichen Partnern, die man nicht unbedingt lieben muss. Die große Wehmut der Erzählungen kann aber auf die

latent vorhandene Hoffnung auf die große Liebe angesehen werden (Passage „Beziehungen“, 550-692):

Gf Ok, das erste, das hier steht. die Liebe ist nicht da um uns glücklich zu machen, ich glaube sie ist da um uns zu zeigen wie stark wir im Leiden und Tragen sein können.
Y1 Aha, ja, stark,
Bf L Das kenne ich. das hast du mir mal geschrieben.
Y1 Ja?
Gf Ok, das nüchternste Wort ist die Liebe. die attraktivste Wort ist Bekanntschaft, die zauberste Wort ist Gewissen, die meiste hässliche Wort ist betrügen. und das Wort untreu ist das schlimmste.
Y1 Mhm,
Gf Das härteste Wort ist alleine zu sein, und das bitterste Wort ist die Trennung.
Y1 Die Trennung? die Trennung, ja?
Af Ma.
Bf Schreib das heute auf.
Gf Wusstest du, dass Tränen mehr wert als Lachen ist, weil Lachen kannst du jedem schenken, aber die Tränen sind für eine ganz besondere Mensch, die du nicht verlieren willst.
Y1 Jojojo,
Af @(1)@
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Y1 Aber schöne Sprüche, das ist toll, super. super Sprüche. ma, da wird man ganz sentimental.
Af L Da muss ich an meinen Ex denken. na super.
Y1 Man wird leicht sentimental,
Bf Wir wollen keine Depressionen bitte. können wir bitte über positive Sachen reden.
Cf Aber glaube mir, wenn diese Jungs, ok, ich war auch mal schwerste verliebt, wenn diese Jungs uns über alles geliebt hätten, dann
Bf L Dann wären sie noch immer
Cf L Dann wären sie noch immer mit uns zusammen.

Gf (Weil sie haben uns wehgetan.)

Af Bei mir war's immer das Zeitproblem, weil, (1) die erste Liebe, müssen wir das auch aufnehmen? oder so irgendwas?

Y1 Na, egal,

Af Sie werden mich eh nicht spionieren? @(1)@

Y1 Nein, nein.

? L @(2)@ ((mehrere durcheinander))

Y1 Nein, easy, also bitte, locker,

? @(1)@ ((mehrere durcheinander))

Af Durch meinen Freund war mein Leben wirklich zerstört, also eineinhalb Jahre hatte ich keine Beziehung und hab und so, mit 19 hab ich meinen Mann, wir waren, bin ich mit meinem Mann zusammengekommen. meinen Mann kenn ich auch seit 2007 halt.

Y1 Mhm,

Af Ja und bis dahin, bis wir zam waren, was ich alles durchgemacht hab für ihn, was ich alles gemacht hab, dass ich vor seinem Haustüre geweint hab, ja, die Mutti ist von ihm auch rausgekommen und hat mich zamgeschissen, von der ganzen Nacht, sie hat gesagt, ja, verschwinde hier, was willst du noch mit meinem Sohn machen, mein Sohn will dich nimma, und so, dann die Geschwister von ihr ham mich auch ur zamgeschissen und ham gedacht, dass meine Liebe überhaupt nicht stark ist, dass ich noch ein kleines Kind bin, dass ich aus Wien bin, aus Wien gibt's keine, es tut mir leid, aber keine Jungfrauen mehr,

Y1 Mhm, mhm,

Af Also, dass ich nicht geeignet bin für sein Bruder, und dann wo ich mit meinem Mann zamkommen bin, wo wir uns verlobt haben, da ist er gekommen, da hat er mich angerufen, da hat er gesagt, ich hab ihn gefragt, woher er meine Nummer hat, er hat, er hat gesagt,

Y1 Der Ex?

Af Ja, der Ex. nach eineinhalb Jahren hat er sich gemeldet, nach ur vielen Probleme. ich hab ihn gefragt, woher er die Nummer von mir hat,

Y1 Mhm, mhm,

Af Weil ich hab meine Nummer ja geändert und er hat gesagt, wenn man‘s will, dann findet man's. ich hab gesagt, wolltest du wirklich

mit mir reden? ja. wieso willst du jetzt meine Stimme hören? ja. ich hab dich ur vermisst. kein Mädchen mehr, das kein Mädchen gibt, wie sehr ich ihn geliebt hat, dass wer ihn so liebt.

Y1 Mhm, mhm.

Af Also, dass ich die Einzige, die Einzigartige war.

Y1 Also hat es ihn dann?

Bf Ja, dann hat es ihm leid getan.

Af Ja, dann hat er ihm leid getan. aber wo ich ihm gesagt hab, ich hab gesagt, weißt du was, ich bin verlobt, er war, am Anfang hat er mir nicht geglaubt, er hat geglaubt, hey, machst du mit mir Spaß und so, er steht jetzt vor der Tür, soll ich das, soll ich da jetzt hingehen, na, du sollst nicht gehen. aber könnten wir uns ein letztes Mal treffen? ich so, wieso willst du mich treffen, wo du schon weißt, ich bin verlobt, ich hab dich schon lang genug gewartet, eineinhalb Jahren, und du hast ja gewusst, wie ich dich geliebt habe. wieso willst du jetzt zu mir kommen? sag wieso, nur weil ich verlobt bin? vielleicht, er hat sicher gehört, dass ich verlobt war, deswegen hat er mich angerufen. und die Nummer hat er auch sicher von einer Freundin von mir. das weiß ich auch.

Y1 Hm, ja,

Af Ja, wo er gehört hat, weil er hat sich immer dabei gedacht, das Mädchen ist immer dort, ich, ich kann, ich kann sie jederzeit schnappen, sie wird, sie wird ewig auf mich warten, ja, die Arme halt. und wo er schon gehört hat, nein. das Mädchen wartet nicht auf sie, sondern sie wird bald heiraten. sie ist schon verlobt, dann kommt das (Bingo) und dann ruft er, dann ist er unter Flamme und sagt, ha, Scheiße, ich hab sie verloren, ich muss sie wieder schnappen bevor sie heiratet.

Y1 Ja, ja,

Af Ich muss wieder die Gedanken löschen.

Y1 Mhm,

Af Ich muss wieder mit ihr zamkommen, und schmusi, schmusi sein damit sie mit dem Mann aufhört, mit dem Mann sich trennt und mich wieder in Ewigkeit wartet. aber das habe ich nicht getan, weil ich die Stolz hab, früher hatte ich die Stolz nicht, weil ich ihn geliebt hab, aber jetzt hab ich den Stolz, weil liebe ich ihn nicht mehr. so einfach ist das Leben, wenn man

will. also die Liebe, ich mein, ja ((schluckt)) es tut sehr weh,
aber ich mein, mit 17 hab ich geliebt, ich weiß nicht, ich
find das ur kindisch, aber, ja, ich hab geliebt.

Y1 Mhm,

Af Das war meine große Liebe. (2)

Y1 Naja,

? @(1)@

Cf Eine Zeit lang hab ich gedacht, es gibt keine Liebe, Liebe gibt
es nicht. das sind nur Gefühle und Gewohnheit,

Y1 Mhm,

Cf Du gewöhnst, gewöhnst dich an einen Menschen und du glaubst
du liebst ihn, aber das ist nur Gewohnheit. deswegen hab ich ja
vorher auch so gemacht, na große Liebe, weil das gibt's nicht.
Zum Beispiel ich wohn von Anfang an mit meinem jetzigen
Freund vor drei, dreieinhalb Jahren, (1) ich mag ihn über alles
und es ist eine Gewohnheit da und ich kann Liebe für mich
sozusagen nicht übersetzen.

Y1 Mhm, also was?

Cf Was Liebe heißen soll.

Y1 Ja, aha?

Cf Zum Beispiel ich kann ohne ihn nicht, wenn er spät nach Hause
kommt mach ich mir schon Sorgen, aber ich denk mir, ja, das
sind so halt so Gefühle, Gewohnheit einfach.

Y1 Mhm, (1)

Cf Liebe gibt es nicht. (1)

Bf Ah:,

Y1 Ja, das,

Cf Vielleicht gab's das?

Y1 Ja, ja,

Cf Romeo und Julia. das kann ich mir schon vorstellen, dass es
Liebe ist, aber heutzutage findet man keine,

Bf L Geh, hör auf.
((kann das nicht hören))

Af Bitte. (1)

? ( ) @(1)@

Es gibt in der Gruppe auch alleinstehende Frauen, die sehr wohl an die große Liebe glauben. Obwohl die Beziehungs-Passage von Wehmut und Dramatik dominiert wird, gibt es auch Teilnehmerinnen, die mit mehr Leichtigkeit und mit mehr Vertrauen in Beziehungen leben.

Die alltäglich relevanten Themen spiegeln sich auch im Medienverhalten wieder. So wird zum Beispiel Facebook als Selbstverständlichkeit vorausgesetzt und ist Teil des Beziehungs-Alltags. Beziehungskomödien („Sex and the City“, „Desperate Housewives“) bearbeiten die emotional hoch relevanten Themen aus einer humorvollen Distanz, die die Schwere des Alltags bricht und so gut rezipierbar sind. Die Leichtigkeit des Diskurses in der Medienpassage zeugt von der Funktion, die die Filme und Serien auch im Alltag der Gruppe haben. Sie bringen Erleichterung und Spaß in den belasteten Alltag, ohne allerdings die thematische Relevanz zu vernachlässigen. In Beziehungsangelegenheiten bringt das Medienangebot humorvolle Erleichterung und Lebensfreude. Die Suche nach der großen Liebe wird auch in dramatischeren Filmen bearbeitet. Das Grundthema ist das gleiche, aber Filme wie die „Twilight“-Trilogie bearbeiten das Grundthema der Gruppe mit Wehmut und Ernsthaftigkeit. Wie weit soll man sich in einer Liebesbeziehung aufopfern? Wie selbstlos kann man sein? Gibt es die wahre Liebe? Diese Grundfragen werden immer wieder in den gesuchten Inhalten bearbeitet.

Die Interpretation des Horror-Genres ist schwierig, da die Gruppe sehr ambivalent diskutiert. Der Diskurs ist sehr emotional und liegt zwischen den Polen der Begeisterung und der kategorischen Ablehnung (Passage „Medienkonsum“, 32-181):

Af Saw fünf war auch urgeil.
Y1 Saw fünf, ja?
? Jah: ((mehrere durcheinander))
Af Alle fünf Teile waren geil,
Bf Hostel, Hostel eins und Hostel zwei,
? L Hostel
Y1 Ja?
Cf Kommt das sechste schon raus?
Af Ja, der sechste wird heuer kommen, ja. erst im
Bf Ich kann mir solche Filme nicht anschauen.
Af Im Dezember oder so,
Gf Ich hasse Hostel.
Y1 Sie kann sich das nicht anschauen. warum könnt’s ihr euch
das anschauen so einen Horror?

Af Das ist so ein Psychofilm, das ist nicht so schlimm.
Y1 Psycho, was ist?
Cf Ein Mann liegt da zwischen so zwei Wänden
Af L Zwischen zwei
? ((allgemeines Durcheinander, aufgeregt))
Bf Das ist nicht menschlich, das ist doch nicht menschlich.
Y1 Ja?
? ( )
Y1 Also ihnen gefallt's nicht?
Af Sie nimmt, zum Beispiel man nimmt Drogen,
Gf Hab ich schon. @(1)@
Af Dann geht der Mann, ah, ah, hat, hat Lungenkrebs, oder so ähnlich, und man kann ja gegen Krebs keine ( ) keine Mittel gefunden.
? L ((mehrere durcheinander))
Gf L Wieso?
? @(1)@ ((mehre durcheinander))
Af Und dann ihre schwangere Frau wurde, äh, wegen einem Raub, die Baby wurde irgendwie gestorben, ich weiß nicht, wie jetzt, ich hab mich jetzt nicht daran erinnert
Cf L Die Frau hat in einer Klinik gearbeitet für Ersatzdrogen, und ein Drogensüchtiger kommt rein und sie wollte schon die Türe zusperren und sie, er kommt, er lauft rein
Af L ( )
Cf Will einbrechen macht
Af L Die Tür auf und
Cf L Die Tür macht den auf
Y1 Ja,
Af Das Baby stirbt halt drinnen, und halt der Mann ist halt psychisch krank und er sagt, aha, sie nimmt Drogen, das Leben ist für sie nicht viel wert, sie denkt halt so, dann will ich ein Spielchen mit ihr spielen,
Y1 Mhm,
Af Ah: er nimmt sie, er versteckt sie, es gibt so einen Raum mit vollen Maschinen und so überall und sie wacht auf, und sie wurde da genäht, oder überall gibt es solche Zeitlupen, und ja,

Y1 Saw ist das?

Af Und sie wacht auf und so eine Videokamera kommt und eine Puppe, so eine Clownpuppe

? L ( )

Af L Ah. oh, Horror. und da sagt er, hallo ich will mit dir Spielchen spielen und du du hast Drogen genommen und du glaubst das Leben ist nichts wert, aha, wenn du wirklich nicht sterben willst, dann nimm das Messer und schneid dir, nimm deine Augen raus und dort ist der Schlüssel wo du rausgehen kannst und du hast nur drei, vier Minuten. und sie muss das Messer rausziehen und das Aug rein, Aug raus,

? L ( )

Af Finger rein,

Bf L Und des

Cf L Zwei Betrüger halt, die haben Kredite,

Af L Hah, hah,

Cf An Menschen, die das nicht zurückzahlen können und die mussten zweieinhalb Kilo Fleisch, eigenen

? L ( ) ((andere aufgeregt durcheinander))

Af Und die Frau, die arme, oh Gott.

Y1 Habt's ihr das miteinander gesehen?

? Nein ((mehrere gleichzeitig))

Af L Im Kino.

Bf Ich hab mir Hostel angeschaut, ich hab mir Hostel angeschaut, und das war, das war meine Cousins und Cousin haben gesagt, gehen wir ins Kino,

Af L Ist fast das Gleiche.

Bf Und dann haben sie gesagt, wir schauen uns Hostel an. das Beste, es wurde in der Slowakei, und in wo? in Tschechien oder so?

Af L Na, nur in Slowakei,

Bf L In Prag, oder so, da gibt's auch noch Szenen

Y1 Mhm,

Bf Dort überall, und es war so schrecklich, es war nicht menschlich was sie mit den Menschen gemacht haben, und dann hatten sie so eine Clique, und jeder hatte ein Tattoo,

Y1 Mhm,

Bf Dass sie dann sehen, dass sie wissen, der gehört zu uns, der gehört zu uns, und von Russland waren noch welche so, also es war ein, es war schrecklich, es war eine richtige Clique.

Y1 Ja?

Af Eine Frage?

Y1 Entschuldige, sie haben das im Kino gesehen?

Bf Im Kino hab ich das noch dazu gesehen.

Y1 Und warum dann? mit dem Freund mitgegangen?

Bf Nein, mit meinen Cousin, Cousins.

Y1 Mit Family?

Bf Ich hab das nicht gewusst. dass, ja mit der Family. ich hab das nicht gewusst,

Af L Dass das wirklich stimmt, dass es in Slowakei, oder in Tschechien so was gibt.

Y1 Achso, ob es dass wirklich gibt?

Af Jah:

Gf L Ich hab das auch gehört.

Af Da gibt's ein Hotel namens Hostel und

Gf L ( )

Af Und der Mann halt, irgendeiner hat halt die Polizei ist gekommen, und die haben ur viele Leichen gefunden, die ein paar Finger waren weg, die Zunge war

Y1 Aber das ist aus der Zeitung, das war also nicht im Film?

Bf Haben sie den Film auch gesehen?

Af Das war vor dreißig Jahren.

? ( ) ((mehrere durcheinander))

Bf Ja, aber das ist superste war, weil das, weil das Mädchen, das Mädchen ist am Schluss auch mit ihnen zusammen gewesen mit der Clique. zuerst war sie ein Opfer von denen.

Af L ( )

Y1 Ich hab einen von denen, ja, ja, mhm?

Bf Zuerst war sie ein Opfer von denen und dann ist sie auch zu denen in die Clique mitgekommen, weil sie auch ein reiches Mädchen war.

Af Sie hat gesagt, ich, verkaufen sie mir die Stadt? und,

Y1 Na servas,

Af Sie war auch reich,

Bf L Sie war zuerst Opfer und dann ist sie
Af L Nein, sie war
dann psychisch krank.
Bf Sie war dann auch richtig verrückt. (1) weil ihre Freundinnen
und so, die haben sie richtig umgebracht, sogar Frauen waren
da mit dabei,
Af L Jah.
Bf Ich denk mir, ok, Männer, aber Frauen, ich weiß nicht, das passt
nicht.
Af L Und die streiten da mit.
Bf L Sie hat gesagt, das, eh, Mädchen hat so Angst
bekommen, sie haben das Mädchen aufgehängt von den Füßen,
und dann hat sie sie aufge, aufgeschnitten,
Af L Und mit dem Blut hat
sie geduscht.
Bf L Ja?
Af L Die Frau.
Gf L Mhm. ((ekelnd))
Bf L das war nicht menschlich.
also ich weiß nicht.
Af L Mama, Mama. Mama, Mama.
Bf Das sind ( )
? Hab ich nicht gesehen.
Y1 @(1)@ Das macht ja vielleicht nix @(1)@, @ja@
Bf Ich schau mir so was nie wieder an.

Eine gewisse Relevanz des Horror-Genres („Saw“, „Hostel“) dokumentiert sich in dem Diskurs für die jungen Frauen. Die Bedeutung des Genres basiert aber vielleicht weniger auf persönlichem Interesse, sondern eher auf dem Interesse des Freundeskreises. Vielleicht ist man diesem Genre auf Grund des Interesses der Partner oder männlicher Freunde ausgesetzt und muss sich damit beschäftigen. Die Interpretation bleibt vage, auch weil sich ein Fallbeispiel der unfreiwilligen Rezeption in der Gruppe findet. Gruppendruck bzw. Mutproben bzw. der Wunsch nach Akzeptanz in der Gruppe könnten damit in Zusammenhang stehen.

Weitere Comedy-Serien stellen den Übergang von der medialen Kinder- zur Erwachsenenwelt dar („Family Guy“, „American Dad“, „Spongebob“, „Southpark“). Es werden wieder real relevante Themen der Gruppe aus humorvoller Distanz bearbeitet.

Die Rubrik der Teenagerserien beinhalten Themen der unmittelbaren Vergangenheiten wie die ersten Versuche in Richtung Liebesbeziehung und soziale Durchsetzungskraft im schulischen Umfeld („Hannah Montana“, „Zoey 101“). Dazu gesellen sich Serien, die auch schon berufliche Erfolgsszenarien und Erfolgsfantasien thematisieren („i-Carley“). Dass sich die Gruppe auch schon mit Tabubrüchen, sexuell expliziten Themen auseinandersetzte, verdeutlichen Serien „Drawn Together“. Der Spagat zwischen Kinderserien und der rauen Sprache der Erwachsenen entspricht der Lebensphase der Frauen, für die noch immer die Mutter die Vertrauensperson ist und die sich gleichzeitig mit den Bedürfnissen ihrer Partner auseinandersetzten. Formal und inhaltlich sind die rezipierten Inhalte Übergang und Bindeglied zwischen Kinder- und Erwachsenenwelt.

Ganz analog dazu werden die gleichen Grundthemen in der ernsten Aufbereitung der Soaps und Telenovelas rezipiert („Verliebt in Berlin“, „Anna und die Liebe“, „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“). Wieder dreht es sich um die emotional relevanten Themen der Gruppe: Die Höhen und Tiefen des Erwachsenenwerdens, von der Suche nach der wahren Liebe, über die Etablierung- und Durchsetzungsstrategien im privaten wie im beruflichen Bereich. Zentral sind der Aufbau einer Beziehung, das Thema Verrat und Vertrauen in Freundschaftsangelegenheiten und der Aufbau der Eigenständigkeit hinsichtlich der beruflichen Zukunft und in Abgrenzung zu den Eltern.

8.6.5 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studenten I“

Die Studenten fühlen sind durch mögliche Auswirkungen von scheinbar allgegenwärtigen Krisen, wie der Finanz-, Öl- oder Wirtschaftskrise, bedroht. Die Bedrohungen erfolgen auf verschiedenen Ebenen und belasten die persönlichen Lebensperspektiven. Im Zentrum der Befürchtungen steht der Verlust des hohen Lebensstandards. Mittelfristig sind die Studenten durch unsichere Arbeitsplatzperspektiven unter Druck und langfristig sogar durch den möglichen Zusammenbruch des Pensionssystems (Passage „Krisen, Medien, Machtlosigkeit“, 259-361):

Bm Ansprechen. das geht aber eher in die Richtung, diese
ganzen Länder, wo’s, wo sich die Finanzkriese, wo sich die
ganzen Sachen abgespielt haben da, da ist der Standard weg. ja.
vor fünf Jahren war’s da besser als jetzt und dort spielt die
Finanzkrise eine große Rolle.

Y1 Wo gemeint jetzt? wo?

Bm Ich sprech natürlich nur für die Länder, wo, wo ich da persönlich
anwesend war. es gibt natürlich für viele andere auch.

Am Mhm.

Bm Und, und jetzt stellt sich die Frage, was machen jetzt die Leute dort? denn sie wissen ja auch, dass, dass die Straßenbahn auch eigentlich alle fünf Minuten kommen sollte und nicht alle halbe Stundewenn überhaupt.

Y1 Mhm,

Bm Und, äh, die wollen natürlich alle hierher kommen. und da muss man sich nichts vorspielen.

Y1 Ja? und wie? wie?

Bm L Was passiert dann mit denen, mit der Gesellschaft die wird es dann auch indirekt mitbekommen, was einen Finanzkrise ist.

Y1 Ja? inwiefern? ja? mhm,

Bm In dem sie dann, auf einmal der Arbeitsmarkt, äh, nicht die hiesige Finanzkrise, äh, bewirtschaften muss, sondern die irgendwo anders, weil in Rumänien und in Bulgarien haben jetzt das Visum und jeder kann hierher kommen und das geschieht ja auch. und was macht man mit den Leuten? deswegen ist es auch wichtig, über die Finanzkrise zu reden. weil indirekt beeinflusst sie alle von uns.

Y1 Mhm, und, und, ok, ich versteh, der Zusammenhang zwischen Finanzkrise, bei uns nicht so spürbar, in anderen Ländern schon spürbar, und Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt hier jetzt?

Bm Mhm.

Y1 Das ist sozusagen der gedankliche Bogen da? und was bedeutet das für euch jetzt? ah, ist das? was bedeutet das? ist das ein Druck, oder ist das? oder?

Bm Man kann es, es ist, also aus meiner Perspektive kann man das gar nicht beschreiben, ich würde gerne in meinen Heimatstadt zurückkehren und dort arbeiten, aber, wenn ich das überhaupt tu, dann kann ich das dort nur in einer österreichischen Bank, weil alle domizilen Banken wurden geschlossen auf Grund der österreichischen Konkurrenz und deswegen sind wir bei der Pflicht. was machma dann? und wenn ich hier bleibe, dann hab ich aber dementsprechend Probleme einen Job zu finden, als, mit nichtdeutschem Namen, da muss man sehr lange Bewerbungen schreiben.

solche Sachen. das hat nichts mit der Situation zu tun.

Am Ja.

Bm Das sind Sachen, die mich bewegen. zum Beispiel.

Y1 Ja, ja. interessant, super, klar, ja, mhm.

Cm Du meinst, das wär dann auch eine Art, wie er schon gesagt hat, eine Art Rückschritt, also, wenn du hier entwickelt, ich will jetzt nicht sagen, dass Österreich weiter entwickelt ist ist als andere Staaten, aber auf quasi österreichischer Ebene dich entwickelt hast, und wenn du zurückgingest, oder du zurück nach Braunschweig eben, ist das quasi ein Rückschritt in der persönlichen Entwicklung?

Em L Nicht in der persönlichen Entwicklung. aber für deinen Lebensstandard, deine Umwelt.

Bm Genau.

Am Ja.

Y1 Lebensstandard a bissl ist da die Frage, oder Gewohnheiten? was ist das Thema?

Em Ja, also dass der Lebensstandard auf jeden Fall,

Y1 Lebensstandard? mhm,

Em Und diese ( ) wenn man halt einfach Vieles hat. so sollte man halt andere unterstützen, damit sie auch von selbst auch stehen können.

Y1 Ja, das war ein bissl das Thema da vorher,

Am Ich denke, ich denke mir, als Lebensstandard, dass wenn man daran gewohnt, ja, weil es, natürlich, ich komme auch von einen unterentwickelten Land, aber trotzdem (1) als ich dort gelebt habe, es war noch nicht, gespürt,

Y1 Von wo? von wo?

Am Ich bin von Columbien.

Y1 Columbien, ja, mhm,

Am Ich komme von einem kleinen Dorf, einer kleinen Stadt und dort hab ich studiert und, ja, wir haben keine öffentlichen Verkehr, ja, aber, es ist, dass man, ich denke, dass man daran gewohnt sein sollte, das solche Sachen hab ich nicht gespürt, dass hier die Möglichkeit gibt, natürlich die öffentliche Verkehr funktioniert für mich perfekt, weil es ist,

Bm Da hast du eigentlich Recht, aber das was ich anspreche ist

gerade die Veränderung durch die Finanzkrise, gerade durch diese Veränderung durch die Finanzkrise, die Leute hatten früher mehr Geld und ohne,

Am Aha,

Bm Natürlich, wenn man es gewohnt ist, dass das so passiert, dann natürlich kann man damit leben, aber wenn man von heute auf morgen da was verliert, Arbeitsplatz oder Ähnliches, dann kann man sehr schwer damit leben.

Y1 Mhm, mhm,

Am Ja, ich denke, wenn man schon zu, auf dieser Stufe schon ist, um wieder zurückzukehren auf einen untere Stufe, das ist schwer.

Bm Ja.

Am Schwieriger als, natürlich ist es, es bedeutet mehr Arbeit, von hier zu hier springen, aber dann zurück,

Bm L Das ist noch schlimmer

Am Das ist noch schlimmer, denke ich.

Em Das würden ungern die meisten machen,

Am Bitte?

Em Das sieht man ja in Griechenland, ( ) schrumpfen und kürzen, und

Am Ja, ja. ich denke mir,

Schon vor dem Einstieg ins Berufsleben wirkt die Karriere bedroht. Die Auswirkungen der Finanzkrise sind in Österreich kaum zu spüren, doch die Armut in den Nachbarländern kann zu zukünftigen Verschlechterungen der Lebensbedingungen in Österreich führen. Eine verstärkte Konkurrenzsituation durch Immigration, ein allgemein belasteter Arbeitsmarkt und ein gefährdeter Lebensstandard setzen die Studenten unter Druck. Die eigenen Möglichkeiten werden u.a. potenziell durch die Immigrationsthematik gefährdet. Die allgemeine Bedrohung wird in der Wahrnehmung der Studenten durch eine übertrieben negative Medien-Berichterstattung verstärkt. Es gibt zu viele belastende Schlagzeilen und zu viele negative Szenarien auf vielen unterschiedlichen Ebenen. Das Ausmaß der negativen Meldungen überlastet die Wahrnehmungskapazität der Studenten und schränkt dadurch die Entwicklung von positiven Zukunftsszenarien ein (Passage „Krisen, Medien, Machtlosigkeit“, 1-64):

Am Zum Beispiel, für mich ist ein Thema das mir viele Gedanken macht, und auch stört mich viel ist diese, diese Dinge mit der

Finanzkrise, ja?

Y1 Finanzkrise, ja?

Am Ja, überall wo man geht, oder es ist überall wo man geht, es ist in jeder Nachricht, Neuigkeiten, seit Anfang an, sechs Uhr, sieben Uhr, man kriegt keine Zeitungen, 70 Prozent es gibt nur Zahlungen, Nummer und dann geht man Mitte des Tages um seine Mahlzeit zu haben und trifft etwas das so dumm wie diese Krise, überall Krise ist, ja, eine Ölpestkrise, eine Umweltkrise, eine Finanzkrise, ja und dann, das, das macht mich wirklich fertig, ja, ich will den Fernseher einschalten, Radio hören, oder einfach die Zeitung lesen, gemütlich lesen, weil es ist, ja, es ist, wie, regelmäßig und überall. und ich denke, die Medien und, und, und auch die Leute so machen diese Zustand.

Y1 Mhm,

Em Aber was würde dich mehr berühren? also?

Am Wiebitte?

Em Wenn da jetzt nur gute Nachrichten im Fernsehen kommen würden?

Am Na, aber ich denke, es gibt auch, es könnte nicht immer nur eine gute Nachricht geben, ja? aber, aber ich denke, ich denke es ist, es ist, schon sehr, schon sehr, wie gesagt, sehr, immer, sehr regelmäßig, es ist,

Y1 Aber was ist das Negative daran? was, was, was ärgert einen da? oder was, was?

Bm Weil es allgegenwärtig ist, nehme ich mal an, oder?

Y1 Allgegenwärtig?

Cm Weil die negativen Themen so überwiegen?

Am Ja, das ist, es ist, es ist immer etwas negativ und von diese negative Sache, das hat seine Bedeutung, ja, aber,

Bm Ich wollte auch auf das Thema, das Thema ansprechen,

Y1 Wirklich?

Bm Aber nicht, also speziell auf dem Arbeitsmarkt. Man kann, es ist natürlich allgegenwärtig, aber es hat auch seinen Grund. Hier in Österreich spürt man es nicht ((ein Teilnehmer läutet noch an)) dass es eine Finanz- oder Wirtschaftskrise gibt,

? ( ) ((mehrere durcheinander))

man spürts einfach nicht, da kann jeder sagen, was er will,

Y1 Man spürt's?

Bm Nicht.

Y1 Wenig? nicht? nicht?

Bm In Österreich. die Zahlen gibt's natürlich, aber sozusagen, in anderen Ländern spürt man es sehr wohl und deswegen finde ich die Berichterstattung über diese Krise doch sehr wichtig. also man kann es aus dem Standpunkt nicht verstehen, dass es so potenziert wird, dass es so viel berichtet wird, aber aus dem Blickwinkel von zum Beispiel Rumänien, oder den Balkanstaaten generell, da versteht man das schon wieso das so ist und, weil, das sind Länder wo man auf die Finanzkrise so nicht bereit war, oder nicht bereit sein kann.

Am ( )

Bm Ich finde das Thema doch sehr wichtig. ich, äh, ich finde auch, dass es, um konträr zu dir zu sein, es gibt auch absurde Themen wie Robbenbabies oder irgendwo im Zoo, oder was weiß ich wo wenn die absurden Themen über die berichtet werden und ich finde, man sollte eher über solche Themen wie die Finanzkrise berichten.

Am L Na, na, na, ich meine, ich bin nicht gegen die, ich bin nicht gegen das, natürlich es muss, die Medien müssen uns darüber informieren, dass ((im Hintergrund kommt noch ein Teilnehmer zur Gruppe hinzu)) dass, dass finde ich ok, was mich stört ist, dass es ist überall und jedes Mal, oder ich weiß nicht,

Fm Dass es zu viel ist,

Am Für mich ist das zu viel.

Die Studenten sehen die Rolle der Medien kritisch und versuchen darauf adäquat zu reagieren. Das mediale, großteils gleichgeschaltete Übertreiben ist den Studenten bewusst. Reagiert wird durch Verweigerung oder Relativierung der Quantität und Qualität der Berichterstattung. In komplexen Gebieten wird den Medien die Kompetenz zur objektiven Information abgesprochen. Durch die Relativierung der Medienberichterstattung wird die allgemeine Bedrohung auf das unmittelbare Leben der Studenten relativiert und eine emotionale Distanz zu den Drohszenarien aufgebaut (Passage „Krisen, Medien, Machtlosigkeit", 102-162):

Fm L Also ich muss sagen, ich bin kein Zeitungsleser, der Gedanke dafür sozusagen Geld auszugeben für eine Zeitung

ist eigentlich,
Y1 Das ist witzig?
? Warum ((mehrere))
Fm Ich hoffe, ich nehme dir nicht die Arbeit weg, aber, aber
Y1 Na @nicht unbedingt@
? @(1)@
Em Na es gibt ja Zeitungsleser.
? @(1)@
Fm Es gibt viel zu wenig wirkliche Neuigkeiten, über die man berichten könnte,
Em Da wirst ( )
Fm L Da wird ein Thema vier Wochen behandelt, das langweilt mich dann schon so,
Y1 Aha,
Fm Und, und dann denk ich mit, die Wirtschaftskrise, dabei hat eh keiner eine Ahnung wie es wirklich ist und was quasi Experten und Wirtschaftsforschungsinstitute berichten, aber wen interessiert's eigentlich,
Cm Aber wenn du am Morgen auf die Uni fährst oder irgendwo anders hin, liest du dann nicht in der Zeitung, in den Öffis irgendwie die Heute oder irgend so was?
Fm Ich versuch's sozusagen es nicht zu lesen.
? @(1)@ ( )
Fm Manchmal wird man halt schwach und schaut's durch, aber,
Em Was ist der Unterschied zwischen der Heute und wenn man jetzt eine Spiegel-Reportage liest die über 8, 9 Seiten geht
? L Oder ( )
Em Dann ist das Faktenwissen, auch wenn die vermitteln, dass die sehr objektiv sind, natürlich in der Heute steht nur, die Wirtschaftskrise dort wieder 80 Millionen verloren
? ( )
Em Und da hilft es dir einfach, eine Meinung zu bilden, und so einen Artikel kriegst du nicht im Internet, den kriegst du nicht im Fernsehen, das schaffst du mit Eigenrecherche auch nicht. da gibt's jemanden, der macht eine qualitativ hochwertige Reportage und deswegen,
Fm Na, Zeitschriften und so weiter, und wirklich gut gemachte

Fernsehreportagen, die auch wirklich länger sind, die wirklich ausführlich berichten sind eh super, aber,

Cm Wenn du einen Standard oder eine Presse aus dem Ding nimmst

Bm Oder für eine Vorlesung @liest@?

? @(1)@ ((mehrere))

Bm Zwei Wochen, da bekommst du beides

Fm (ist auch nicht anders.)

Cm Na du hast halt das Faktum und irgendwie Kommentare dazu, also Kommentare, Analysen mehr oder minder, die tief recherchiert sind.

Fm Ich interessiere mich nicht dafür. es würde reichen, wenn jeder Frontpage und Backdings stehen würde, einfach ein, zwei Seiten, da stehen die neuen Sachen drauf.

Cm Dann gehst du auf die APA-Seite, hast du fünf Fakten und du weißt was sich auf der Welt tut, oder was?

Fm Genau.

Cm @(.)@

Fm Das muss auch reichen.

? ( ) ((mehrere durcheinander))

Cm In der Heute steht dann ermordet? schon wieder,

? @(!)@ ((mehrere durcheinander))

Fm Nein, aber ich interessiere mich für solche Sache nicht.

Als weitere Strategie der Studenten ist die Suche nach glaubwürdigen Quellen, nach Qualitätsmedien, die die Krisenthemen adäquat in das Weltgeschehen einordnen. Die Studenten suchen nach Orientierung, nach Eigenverortung und nach seriöser Information. Es wird nach Fakten gesucht, die nicht auf Hysterie und kommerziell motivierter Übertreibung beruhen. Die Studenten bewegen sich zwischen Überlastung und Verweigerung. Sie verstehen das Spiel der Medien und die Zusammenhänge, sie haben auch ein Interesse am Weltgeschehen und an gesellschaftspolitischen Fragen, aber durch zu viele negative, immer wiederkehrende Meldungen, steigen sie teilweise aus dem Informationskreislauf aus. Gleichzeitig wird die Notwendigkeit zur Diskussion und Information anerkannt. Es geht mehr um die Grenzen der persönlichen Aufnahme und um die emotionale Belastung durch omnipräsente Krisenmeldungen, als um Ablehnung des Mediensystems. Medien sind für die jungen Männer wichtig, aber sie müssen eine seriöse Orientierungsfunktion leisten. Das können Printmedien oder TV sein, aber auch übersichtliche Online-Plattformen. Die Studenten wollen die Welt ver-

stehen, aber sich nicht durch ein permanentes Feuerwerk der negativen Schlagzeilen die Lebensperspektiven nehmen lassen.

Durch die Omnipräsenz der negativen Berichterstattung kommt es zu generalisierten negativen Emotionen. Ohnmachtsgefühle entstehen auf Grund von medial vermittelten Hilflosigkeitsgefühlen. Ein Teil der Gruppe lehnt sich dagegen auf und sucht den politischen Diskurs, um reale Gegenmaßnahmen gegen negative Entwicklungen zu finden (Passage „Krisen, Medien, Machtlosigkeit“, 163-217):

Bm Ich würd schon dabei sein, ich hab jetzt erst dein Kommentar verstanden. du hast natürlich nur gemeint, dass das überproportional ist in den Medien, solche Krisen, aber die Diskurse müssen schön geführt werden natürlich über die Finanzkrise, vielleicht nicht in der Heute-Zeitung, oder vielleicht an Instituten, bei Vorträgen, oder irgendwo anders, wo sie, wo es kompetenter zugeht.

Cm Aber wer verbietet einem Medium sich darüber zu entfalten?

Bm Na die Leserschaft.

Am Na ich denke, wir können vielleicht eine weitere, oder ich denke ich würde gerne einen weiteren Schritt in der Diskussion machen, das ist mehr, natürlich das ist, diese Rolle von den Medien, die, die, da, die übertrieben mit den, mit den Zustand, aber zum Beispiel wir kommen zu uns, als Bevölkerung, dass wir auch, es gibt schon eine, eine rote Alarm, ja, etwas passiert, wir führen uns in eine so genannte Krise, aber trotzdem wir verändern nicht unsere Alltag, ja? wir wollen, wir wollen mehr Produkte kaufen, mehr Konsum haben,

? Ja.

Em Das ist aber nicht etwas das von heute auf morgen geht, das spürst du nicht.

Am Ja, das kann ich nicht verändern von heute auf morgen.

Em ( )

Am Aber irgendwann müssen wir anfangen.

Em Aber wenn in den Medien darüber ein Jahr lang berichten wird, wie schlimm diese Katastrophe von PB ist, auch wenn das total überdramatisiert ist, es bewirkt in dir selber eine Veränderung, das gibt’s du deinen Kinder, das gibst du der nächsten Generation mit, also das passiert nicht innerhalb von zwei, drei Jahren, das ist

ein langfristiger Effekt, der stattfindet und da haben die Medien, denke ich, schon eine Verantwortung, dann ist das schon ok.

Cm Aber was sagst du dann deinen Kindern? tankt nicht bei BP?

Bm Implizit,

Em Na im Prinzip würde ich mehr sagen, oder geht gar nicht tanken.

Cm Gibt's ja schon, ( )

Em Ich glaube nicht, dass das bewusst stattfindet, ich nehm das einfach auch auf, ich merke diese Auswirkungen, ich mach mir selber meine Gedanken darüber wie schlimm das ist, falls ich selber einmal Kinder habe, die können einen Strand vergessen für die nächsten 50 Jahre, da können sie nicht mehr baden.

? Ja, ist so,

Em Das speichere ich mir unterbewusst. also

Cm Da kommt irgendwer daher und sagt, das ist zig tausende Kilometer weg, was interessiert mich das? ich hab in Lignano meinen Strand und da kann ich jeden Sommer hinfahren.

Em Ja. der wählt dann glaub ich eine Partei in Österreich.

? @(1)@ ((mehrere))

Fm @Bei einer Partei@

Y1 Kurzes Backup?

Fm Ich glaub das ist eine Krankeit der westlichen Länder, dass sie immer glauben, sie müssten den anderen helfen und so,

Bm Haben sie nicht die Pflicht dazu oder? nach hunderten Jahren von Kolonialisierung? haben sie nicht die Pflicht dazu ihnen zu helfen? das sollte nicht der katholische Imperativ sein? dass jeder hilft, ja, die Pflicht würde ich sagen? (1)

Ein anderer Teil der Gruppe bringt sich durch Verweigerung oder mittels eskapistischer Inhalte in „emotionale Sicherheit". Die Gruppe ist davon überzeugt, dass man sich gegen die emotionale Abstumpfung schützen müsste; gleichzeitg ist unklar, wie das in einer von Medien dominierten Welt gehen kann (Passage „Krisen, Medien, Machtlosigkeit", 577-603):

Fm Dass man einfach abgestumpft ist, wenn man jeden Tag zig, oder zehn solche Meldungen liest, oder vorgeführt bekommt. dass es einem dann eigentlich wenig ausmacht.

Y1 Und, und sie wollen sich nicht abstumpfen lassen? war das

ein bissl ein Thema?

Fm Es ist eh schon zu spät.

? @(1)@ ((mehrere))

Fm Ja, aber es ist wirklich schon zu spät.

Y1 Ja, ok, nur dass ich es versteh, ok,

Em Irakkrieg zum Beispiel, es kommen ja trotzdem sehr viele Meldungen, dass da ein Anschlag war, das geht bei mir persönlich also auch rein und raus.

Cm @(1)@

Fm Ja, das ist aber so.

Em Das geht aber auch nicht anders. ich kann mir nicht jede Woche so eine Meldung durchlesen. und ich kann die auch nicht mehr wahrnehmen.

Y1 Wie verhindert man das dann? dass man abstumpft?

Bm Das kann man nicht, das ist psychologischer Art. Schutzmechanismus.

Cm Man kriegt ja von außen ständig diesen Input und will sich von innen irgendwie dagegen wehren. da baut man glaub ich unbewusst eine, einen gewissen Schutzschild dagegen auf und wenn man die 5000ste Meldung von einem Attentat liest, dann ist die genau so

? L ( )

Cm Wie die 4999ste.

Durch die vielen negativen Schlagzeilen wird das negative Gefühl der Machtlosigkeit immer wieder aufs Neue ausgelöst. Aus der medienkritischen Diskussion entwickelt sich ein Diskurs über Machtlosigkeit und Macht. Es dokumentiert sich der Wunsch nach Macht, nach mehr Einflussmöglichkeiten auf persönlicher und gesellschaftspolitischer Ebene. Die Studenten sprechen dabei selbst von der „Angst vor der Macht der anderen“ (Passage „Krisen, Medien, Machtlosigkeit“, 605-722):

Fm Ja. ja. gut. (1) ich bin so ein bisschen Hobbypsychologe und ich denk mir die meisten schlechten Gefühle rühren daher, dass man sich selbst einfach machtlos fühlt.

Y1 Machtlos fühlt?

Fm Ja. das Gefühl der Machtlosigkeit.

Bm Im Grunde Minderwertigkeit nach Adler.

Minderwertigkeitskomplex.

Y1 Aber das ist interessant,

? ( ) ((mehrere durcheinander))

Fm Aber kannst du sagen, dass du für dich irgendetwas im Irak verändern kannst?

Bm Nein. nein.

Fm Ich hab das nicht gesehen. oder chancenlos.

Em L Man kann schon was verändern. in der Beziehung, wo was passiert. wenn viele Menschen schlechte Nachrichten lesen, dann vielleicht kommen viele Menschen auf den Gedanken, dass wir vielleicht sicherer leben müssen.

Fm Ja, aber das Blöde ist, dass man man vorher abstumpft.

Y1 Und Machtlosigkeit eigentlich (1) vor was, oder vor wem? oder wo, wo, wo ist die Machtlosigkeit eigentlich?

Fm Laut Definition ist Macht immer eine Fähigkeit andere zu beeinflussen. die Frage ist, warum wir das überhaupt machen wollen, aber, aber

Y1 Ja?

Fm Aber,

? Es muss ja nicht,

Y1 Aber was, was, soll beeinflusst werden sozusagen?

Bm Eigentlich nicht andere, ich würde das, ja, meistens ist das, ich verstehe das eher, sein Leben beeinflussen zu können. und das kann man heutzutage auch.

Dm Die Lebensumstände.

Gm Genau.

Y1 Die Lebensumstände? gut? (1) weit weg alles irgendwie? oder, wie, wie ist das?

Fm Ja, sicher ist das alles sehr theoretisch, aber

Y1 Nein, nein, ist ja wurscht, das ist schon,

Fm ( ) mir fällt nichts ein wie es so wird, ( ) ich überleg mir nur, wieso wollen wir die anderen so beeinflussen? wer das abstreitet ist ein, (1) dem glaub ich nicht. und er hat gesagt, ganz schnell spontan gesagt, es ist einfach die Angst vor der Macht der Anderen.

Y1 Angst vor der Macht der Anderen?

Fm Wir wollen, wollen lieber andere beeinflussen, bevor sie sozusagen

uns beeinflussen.

Bm Das ist ein Zirkelschluss, oder? weil wir wollen andere beeinflussen, damit sie uns nicht beeinflussen. wieso wollen sie uns beeinflussen und so weiter, das ist ja zirkulär.

Fm Ja, so ist es.

Bm Da muss es ja einen anderen Grund geben.

Am ( ) man will ja immer andere beeinflussen und indirekt Einfluss auf andere. ( )

Cm Aber irgendwo muss dieser Machtkreis ja, sag nenn ich es einmal, seinen Ursprung haben. irgendwer muss ja als ersters diese Macht ausüben wollen, oder? um nicht von anderen beeinflusst zu werden?

Bm Im Grunde der Wille zur Macht nach Nietzsche.

Y1 Der Wille zur Macht? ja, mhm,

Fm Ja, das ist schon sehr abgegriffen eigentlich. eigentlich wollte ich nur meinen,

Y1 Ja, ja?

Fm Dass wenn man Zeitung liest, und eh schon abgestumpft ist, dass wenn man nicht abgestumpft wär, dann würde ich jeden Tag dieses Gefühl der Machtlosigkeit neu erfahren, das ist kein gutes Gefühl.

Y1 Aha, aha,

Cm Insofern eigentlich gut, dass man abstumpft.

Fm Nach meiner Theorie nach, warum man abstumpft.

Cm Mhm.

Fm Ja. ja.

Cm Das ist dieser Schutzmechanismus auf seine Weise,

Fm Genau, dass man die schlechten Gefühle der Machtlosigkeit nicht spürt.

? Mhm.

Fm Natürlich kann man immer argumentieren, man hat schon Macht, man kann in die Politik gehen und Sachen ändern, und so weiter, aber

Cm Aber wer macht das wirklich?

Fm Aber wer macht das wirklich? und, und, ja? aber,

Cm Und wie viel Macht hat man dann wirklich, weil, eh, selbst als Politiker steckt man ja auch nur in seinem, in seiner Rolle

und ist in diesem Job glaub ich drinnen,

Fm Genau.

Y1 Mhm,

Cm Wie jetzt zum Beispiel, äh, Barack Obama, Präsident in den USA wurde, waren auch hohe Erwartungen an ihn und, keine Ahnung, er wird jetzt alles revolutionieren und im Endeffekt ist er auch nur Präsident der USA,

? Nur? @(1)@

Fm Ja, aber er kann schon.

? @(1)@

Cm Ja, aber kann auch nicht so machen ((schnalzt mit den Fingern)) und die Kriege sind zu Ende.

Bm Er kann. natürlich, natürlich kann er das. er kann etwas verändern. aber er würd's nicht, weil er natürlich in einem System drin ist, und

Cm L Genau.

Bm L Und er ist Resultat des Systems und er ist nicht jemand,

Cm Aber einer alleine kann nicht das System von heute auf morgen ändern.

Em Natürlich, aber nicht hier. ( ) der kann machen was er will. ob es deiner Meinung entspricht oder meiner, (1), ja da kann man sich halt darüber streiten.

Bm Das war die Naivität der ganzen Welt, äh, zu glauben dass jemand da in das System eindringen kann und nach oben kommen kann, der nicht Teil des Systems ist. und da hat man,

Cm Wenn man nach oben kommt, man schon irgendwie im System drin ist, weil,

Bm Natürlich.

Cm Ich glaube auch, dass die Menschen das verstanden haben,

Bm ( ) die ganze islamische Welt war in voller Aufruhr, weil der Hussein heißt, na? wie absurd das ist.

Cm Ja.

? @(1)@

Bm ( ) nur weil der Hussein heißt. (1) bei uns hat es auch geheißen wir können nicht gegen Preußen, trotzdem haben wir

Krieg gegen Österreich geführt. das ist, absurde Sachen.

Der Medienkonsum wird damit von der Gruppe selbst in direkten Zusammenhang mit Ohnmachtsängsten gebracht. Die Medien sind immer Teil der Angstbewältigungsstrategien, im Sinne einer Verweigerung oder auch der Zuwendung. Die Verweigerung belastender Inhalte verdeutlicht sich in einem Teilrückzug in die heile Kinder-, Jugend- oder „Retro-Welt“ („Aristocats“, „Alf“, „A-Team“) oder anderer eskapistischer Inhalte. Trotzdem taucht sogar in einem Kinderprogramm das Thema Macht auf und wird explizit thematisiert (Passage „Medieninhalte und Gesellschaftspolitik“, 64-94):

Fm L Mein absoluter Lieblingsfilm ist Aristocats. also,
Y1 Aristocats?
Fm Disney. die Filmversion, halt auf Englisch, ja. auf Deutsch is a schas, auf Englisch ist es genial.
Y1 Der Disney? der Classic?
Fm Genau. mit den Katzen, ja, so lustig und so genial, find ich,
Y1 Ja? ok? Aristocats, ja,
Fm Ich hab ihn ein paar Mal auf Deutsch gesehen wie ich ein Kind war also damals, da war er ur schlecht.
Y1 Und was ist so witzig dran?
Fm Der deutsche, der englische Film ist, dass zum Beispiel der Buttler von dem die Kätzchen entführt wird, der spricht ständig nur in, oder fast nur in Reimen,
Y1 Aha?
Fm @Es ist alles witzig.@ es ist,
Y1 Ja, ok?
Fm Die Dialoge sind so gut gemacht zwischen den kleinen Kätzchen, dass das kleine Mädchen immer so eingebildet redet, sagt sie ist eine Lady und ( ) die zwei Hunde, keine Ahnung, der eine immer auf Anführer tut und immer I am the leader, I am the boss, sehr einfach, voll gut.
Y1 @(1)@
Fm Ich hab das mindestens sieben, acht Mal gesehen, aber er wird nie fad, das kann man von den wenigsten Filmen sagen, selbst von Filmen, die ich beim ersten Mal gut gefunden hab, beim dritten Mal bist du schon langsam gelangweilt, wenn ich sie

schon kenn.

Y1 Ja,

Fm Ja, aber wurscht, aber bei dem Film muss ich sagen, kann ich mir wirklich 1000 Mal anschauen.

Zur Schutzstrategie gegen die Übermacht negativer Realbotschaften werden Boulevard, Unterhaltung und Tierdokumentationen genutzt. Eskapistisches Medienhandeln muss sich also nicht auf fiktionale Inhalte beschränken. Zur Hinwendungsstrategie gehören News, gesellschaftskritische Berichterstattung, Diskussionsforen, aber auch dokumentarische oder fiktionale Anleitungen zur Machtergreifung oder zur Machterhaltung. Nachrichten oder politische Diskussionen können als Teil der Strategie gegen Machtlosigkeitsgefühle gesehen werden. Parasoziale Interaktion funktioniert auch auf realpolitischer Ebene. Durch die Auseinandersetzung mit den politischen Medienpersönlichkeiten werden medial vermittelte Bekanntschaften mit Mächtigen als Instrument der Copingstrategie gegen Ohnmachtsgefühle genutzt.

Der Medienkonsum stellt sich reduziert und selektiv dar. Es werden wenig aktuelle Kino- oder TV-Produktionen genannt, sondern eher einige etwas ältere Hollywood-Produktionen („Stunde der Patrioten“, „Der Schakal“, „Matrix“, „A Beautiful Mind“). Anspruchsvolle Kinofilme und Nischenpodukte werden in der Diskussion hervorgehoben („Office“, „Stomberg“, „Rebel Without a Cause“, „Das Leben ist schön“, „Just visiting“, „Das Leben der Anderen“, „Amelie“). Ganz im Gegensatz zu den Lehrlingsgruppen werden unter den Studenten Gemeinsamkeiten kaum über Medienprodukte hergestellt. Die Darstellungen bleiben individuell und werden mit wenigen Ausnahmen kaum diskutiert. Gemeinsame Begeisterung für ein Produkt zeigt sich kaum – außer die Medieninhalte werden zum Symbol für gesellschaftsrelevante Entwicklungen, bzw. gesellschaftliche Entwicklungen mit persönlich potenziell bedrohlichen Auswirkungen für das individuelle Wohlergehen der Studenten. In solchen Fällen können Medieninhalte zu emotional stark aufgeladenen, oppositionellen, gesellschaftspolitischen Grundsatzdiskussionen führen. Besonders hervorzuheben ist in diesem Sinn die Diskussion, die durch „Sex and the City“ ausgelöst wurde. Dabei geht es rasch um wesentliche und brisante Fragestellungen: von der Familienplanung, der „biologischen Pflicht“ der Frauen, der Sicherung des Sozial- und Pensionssystems durch Kinder, allgemein ethisch- moralische Themen bis hin zur Grundfrage nach staatlichen Kontrolle und persönlicher Freiheit. Die Gruppe diskutiert die Frage der Sexualmoral und die Auswirkungen auf das Pensionssystem sehr kontroversiell und hoch emotional. Das in „Sex and the City“ dargestellte Frauenbild löst über den Umweg der geringen Geburtenquoten bei einem Teil der jungen Männer Ängste für die eigene Pensionsabsicherung aus. Dieser Abschnitt

der Diskussion steht am Ende der Gruppendiskussion verdeutlicht eindrucksvoll, wie Medieninhalte symbolisch verschieden gelesen werden können und rückbezogen auf die individuellen Lebensthemen Emotionen auslösen können. Die fiktionale Lebenswelt, die in der Serie „Sex and the City“ gezeichnet wird, symbolisiert offensichtlich ein gewisses Bedrohungsszenario, das mit dem vorhergehenden Diskurs über Zukunftsängste und Ohnmachtsgefühle in Verbindung gebracht werden kann. Auf Grund der hohen Emotionalität der Passage, wird hier ein umfassender Teil des Transkripts angeführt (Passage „Medieninhalte und Gesellschaftspolitik“, 221-623):

Em Ich war letztens, also wurde genötigt, dass ich Sex and the City zwei zu schaun.
? L @(1)@
Em L Ich hab während des Films wirklich den @Glauben an die Menschheit@ verloren.
? L @(1)@
Em Das kann man sich nicht anschauen.
Y1 Aha, warum?
Em Was da für Klischees transportiert werden, wo ich mir so denke, das schaun sich 13, 14, 15-jährige Mädchen an und übernehmen das, dann, äh, dann krieg ich Angst. wenn dann so eine Generation heranwächst, die, bei denen alles aus Glitzern besteht und ich weiß nicht, habt ihr den vielleicht nicht gesehen, oder?
Dm Nein.
Am Na.
? @(1)@ ((mehrere durcheinander))
Em Es ist eine Erfahrung wert,
? @(1)@ ((mehrere durcheinander))
Fm L Na ich hab von der Serie schon eine Folge gesehen, aber den Film hab ich nicht gesehen.
Y1 Na, was hat dich so abgestoßen?
Em Da gab’s eine Szene, ich weiß nicht, der Plot ist nicht ganz ersichtlich, die @warum es da überhaupt geht@
? @(.)@
Em Es passiert im Prinzip nichts die ganze Zeit, außer dass sie irgendwie schöne Klamotten haben,
? @(.)@

Em Die werden von einem Scheich im nahen Osten so für zwei Wochen, also in ein Hotel eingeladen, mit allem möglichen, pi pa po Luxus, und ja dann trifft halt dann diese westliche Glamour-Welt aus New York mit dieser ganzen Mode und mit diesen, ja, wir dürfen alles, wir dürfen Sex machen, überall, wir dürfen, alles, weil wir sind ja so toll emanzipierte Frauen, auf die islamische Welt, wo die Frau einfach nichts darf.

Dm Das ist ein interessanter Plot. ((ironisch))

Fm Ja.

? @(1)@ ((mehrere))

Em Ja, nur die Umsetzung halt, ( ) einer der Witze unter anderen in dem Film ist halt, dass diese Frauen die dort dargestellt werden in der arabischen Welt, die tragen ja diese Burkas die ganze Zeit und es gibt so eine Szenen wo diese fünf Newyorkerinnen fliehen müssen vor so ner Meute, die sie halt wegen ihrer falschen Moralvorstellung jagt, fliehen sie halt und werden von diesen Burkafrauen, naja, versteckt. und dann ziehen sie sich vor denen halt aus und sagen und zeigen denen, ja, schau, wir haben auch tolle Prada und Louis Vuitton Klamotten unter unseren Burkas und,

? @(1)@ ((mehrere))

Em Wo ich das dann so absurd fand, so was zu, in den Raum zu stellen, dass da, natürlich ist da unter der Burka eine Frau, das ist ja, das sollte jedem klar sein, aber dass dann genau die, also, unter dieser Burka diese westliche Welt drunter sein soll, das ist ja

Bm L Die wollen vermitteln, die wollen so wie wir sein, können aber nicht,

Em L Genau. wir müssen sie befreien, genau ((ironisierend))

Am Du hast ja viel von dem Film mitbekommen.

? ( ) ((mehrere durcheinander))

Em Aber wenigsten können wir uns eine Meinung bilden. aber es ist schon,

Dm Aber es ist schon arg, warum so ein Film in den Medien gepusht wird. ich mein, in der ZIB1 ist darüber berichtet worden, dass der jetzt anläuft der Film, hab ich zufällig gesehen.

Am Welchen Film?

Em Dass der jetzt anläuft, der Sex and the City zwei.

? Mhm. mhm.

Em Wo du vielleicht in der letzten Zeit irgendwann etwas hören solltest, aber nicht in irgend einer prominenten Nachrichtensendung.

Fm Es ist ja oft, dass sie einen Kinofilm ankündigen.

Dm Aber nicht, aber nicht,

Y1 Und, und das ist eigenartig, oder was ist das?

Dm Das ist,

Fm Das ist Gratiswerbung,

Y1 Gratiswerbung, ja?

? ( ) ((mehrere durcheinander))

Dm L Die Medienmacher glauben natürlich, dass die Leute so was sehen wollen,

Bm Natürlich.

Dm Und deswegen pushen sie das,

Bm Vielleicht ist es so, dass wir statistisch es nicht sehen wollen hier, aber die Mehrheit,

Dm Mhm,

Bm Will's sehen.

Dm Kann sein, aber,

Y1 Ok, ich hab das nicht ganz verstanden, aber du meinst, es stört dich in der ZIB, oder wie war das? was war da für ein Thema?

Dm Ahm,

Y1 Oder nicht? ist es eh ok?

Dm Na, mich stört es natürlich, ich find das unangemessen, so einen Film, der wie wir gehört haben, eher seicht ist, sogar einen Platz in einem Nachrichtenmagazin zu geben.

Y1 Versteh. ok.

Dm Auch wenn's das schon gibt.

Em Auch wenn das ein gesellschaftliches Phänomen ist, das, dass so auch so akzeptiert wird, ich hab den ersten Teil nicht gesehen, ich glaub auch nicht, dass ich das nachholen werde,

? @(.)@

Em Aber ich hab von vielen gehört, die den Ersten geschaut haben, dass der Zweite wirklich Humbug sein soll. in dem ersten geht

halt, es war ein Glamour-Filmchen, vielleicht für Leute, die ja @abschalten wollen@, ja.

Fm Ich hab von der Serie ein paar Folgen gesehen, die waren gar nicht so schlecht, harmlos, da ging's gar nicht so um Glamour. na sicher waren die in Manhatten und so,

Y1 Worum ging's? in den Folgen?

Fm Naja, wenn du's so sagst,

? @(.)@

Fm Es ging schon um, die einzige, die mir einfällt, die Samantha, die ist irgendwie so PR-Frau? keine Ahnung was sie macht, ( ) für irgendwelche 13-jährigen haben sich so aufgeführt wie der Ex und als wären sie schon älter, haben sich so aufgeführt wie die Großen eben, die Folge hat geheißen, Kinder, Kinder, und halt, Samantha war ganz erschüttert darüber, weil sie halt gemeint hat, ja, die Kinder haben keine Kindheit, wenn sie mit 13 schon so sind wie sie selbst,

? Mhm, mhm,

Fm Das war jetzt ein blödes Beispiel. aber sonst fand ich's ganz witzig. ja. obwohl es natürlich von irgendeiner Scheinwelt erzählt und so weiter.

Bm So Scheinwelt, glaub ich nicht.

? @(1)@ ((mehrere))

Fm L Ja, ich kann sagen, ok, die Wirklichkeitskonstruktion, jeder lebt nur in seiner Welt drin, ( ),

Cm Das ist nur, wie man einen Realitätsausschnitt wählt.

Fm Genau.

Bm Aber sehr subjektivistisch gedacht @(.)@

? @(1)@ ((mehrere))

Fm Ja. die Serie fand ich nicht so schlecht, hab ich gefunden. nicht die Beste, lang nicht die Beste, aber im Vergleich zum Beispiel zu Lipstick Jungle, diese neuen, nachgemachten Serien oder Desperate Housewives hat nicht sozusagen das Original viel, die Originalserie Sex and the City ist viel besser. das Neue was da kommt, grottenschlecht im Vergleich.

Em Na hat bei dir nicht auch, ich hab nicht so viel geschaut, ahm @(1)@,

? @(.)@ ((mehrere))

Em Hat die irgendeinen didaktischen Wert, oder ist die, oder
gibt die auch was mit? glaub ich eigentlich nicht.
Y1 Wie, einen Didaktik?
Em Na irgendwie dass da eine Message transportiert wird, die
die auch den Menschen einen Nutzen bringt?
Y1 Welche jetzt?
Em Also Sex and the City, also wenn das so ein Film war?
Fm Für mich ist das reine Unterhaltung.
Em Also im Studium bei mir schreiben doch ziemlich viele
Mädchen, die das auch gut finden, ihre Bakkalaureat-Arbeit
darüber, je nachdem über Product-Placement,
Bm L @Über Sex and the City@
Em Ja, ja. über Product-Placement.
? L ( )
Fm Man kann schon sagen, dass aus Frauensicht, bei mir aus
Männersicht nicht, aber aus Frauensicht kann man schon sagen,
dass das vielleicht manchen Mädchen hilft, sozusagen, zu ihrer
Sexualität zu stehen. (2) vor allem Sex and the City.
Cm Die Frage ist, inwiefern man da wirklich eine Sendung braucht um
da zu seiner Sexualität zu finden.
Em Naja,
Am L Was heißt man braucht
Em L Dass das dann Kopien sind von vier
Darstellerinnen, die es gibt.
Bm L Was heißt denn eigentlich zur Sexualität finden?
Em Zur eigenen Identität finden.
Fm L Ich find ja nur
Em L Ich bin eine Frau und so möchte ich sein.
? L ( ) und @vorher weiß ich das nicht@
? ( ) ((mehrer durcheinander))
Em Wenn ich das in der Pubertät schaue,
Fm Da geht es nicht um Aufklärung, sondern es geht ja nur darum,
dass, es ist jetzt immer noch so, dass sozusagen, dass auch
die gesellschaftliche Meinung herrscht, dass Frauen die
mit vielen Männern Sex haben sozusagen als Schlampen
abgestempelt werden, da ist Sex and the City schon ein bissl
eine Gegenströmung dazu,

Em Mhm,

Fm Und bei Männern ist es so, umso mehr Frauen, umso besser. Frauen, ist das eher so, dürfen sie einfach noch nicht sozusagen, ich find's gut, wenn sie das machen und wenn sie sagen, ok, ich möchte das, und,

Dm Du meinst, Sex and the City war ein Beitrag zur Moralisierung und zur ( )

Fm In der Hinsicht,

Bm Da kann ich sagen dazu @(1)@

? L @(1)@ ((mehrere))

Dm Na, ich würde dem nicht widersprechen, ich weiß

Fm L Wer sagt, dass Frauen nur mit einem Mann Sex haben dürfen, das ist,

Dm Na, ich hab's nicht verstanden, wollt's nur herausarbeiten.

? @(2)@

Fm L Weil du gemeint hast, ob das irgend einen Sinn hat, und ich denke mir, vielleicht schon ein bisschen.

Em Ist das nicht in dieser westlichen Gesellschaft so eine Einstellung dieses neue Lifestyle, alle für uns alleine und müssen keine Familien und so haben, jetzt ist doch gerade diese Diskussion wegen Sozialstaatfinanzierung wegen eben gerade diese Bewegungen stattfinden, Familie gibt's halt nicht, also nicht mehr. weil ich find das so was ( )

Cm L Parallel existieren können, diese heile Familienwelt und die eben fortschrittliche?

Em Ja, aber die macht ja keine Kinder, die dann später deine Rente bezahlen. ohne Kinder keine Rente.

Cm Ja, aber es gibt ja trotzdem auch die klassischen Familien mit Vater, Mutter, fünf Kinder,

Em Ja, die gibt's, aber die werden immer weniger, und Frauen werden, steigen immer später ein, sag ich mal in die Mutterrolle,

Fm Jo,

Em Ich mein, dass diese Emanzipationswelle, ich hab nix dagegen, wenn einen Frau macht was sie will, natürlich @(1)@ das ist keine Frage, aber ich glaube, dass man trotzdem irgendwie sich seiner, äh, biologischen Identität bewusst sein sollte, und weil man diese Verantwortung einfach hat für gemeinsam für

Nachkommen zu sorgen. das ist meine Einstellung.
Dm L Das finde ich problematisch.
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Fm Anderseits denk ich mir, es gibt so viele Menschen auf der Welt.
Em L Es gibt eine
biologische Pflicht.
Fm Das heißt,
Dm L Das ist problematisch.
Am L Ja, aber du sagst, biologische Pflicht gibt,
ja es gibt, aber, wie das Mädchen, es ist unsere einzige Entscheidung
ob wird diese biologische Pflicht übernehmen oder nicht.
Bm Das was er meint, natürlich hat jeder die Freiheit, aber man
muss bedenken, was das langfristig heißt, na? wenn wir jetzt
alle auf Freiheit machen, dann haben wir in 20, 30 Jahren das
Problem, dass keiner die Renten zahlen kann. das sind stat, also,
Dm L Ja, aber das
geht jetzt schon einen Schritt weiter.
Bm L Ja, natürlich, die können ja nicht nur zwei Jahre
denken, das wäre schon wieder die Naivität,
Dm L Das ist die gesellschaftliche
Dimension, aber wo fängst du, wo fängst du an? fängst du damit an,
das ist deine biologische Pflicht?
? ( ) ((mehrere durcheinander))
Em L Das macht ja der Staat, er fördert ja gerade die Familien,
da wo’s geht, also das ( )
Dm L Ja, aber nicht weil er sagt, es gibt eine biologische
Pflicht, das sagt der Staat nicht,
Am L Also ich denke, ( ) es gibt einen
Kompromiss von viele.
Fm L Ich glaube nicht, dass das ein Gegensatz
ist, dass man,
Cm Außerdem es hat ja immer schon die gegeben, die sich fortpflanzen
und die die es nicht tun.
Em Ja, aber ob es immer mehr werden, die es nicht tun.
Cm Ja, das ist auch,
Em L Du bist ja auch ein verantwortlicher Bürger.
Cm L Ja, aber das ist eine Entwicklung, die

voranschreitet, und ich find dass man die nicht so aufhalten kann, so einfach. indem man sagt, jetzt müssen alle ihrer biologischen Pflicht nachkommen.

? @(1)@

Cm Oder wir sind da um uns fortzupflanzen.

? @(1)@ ((mehrere durcheinander))

Fm Das kannst du machen, indem du einfach in der Schule Persönlichkeitsbildung machst, und so weiter, aber ich denke es ist total wichtig, dass man am Anfang viel Erfahrung sammelt mit Partnerschaften, sonst sind so Sachen wie die Ehe eh die Hölle.

Cm Anderseits, was sagst du zu den Kindern?

Fm L ( )

Cm Du bist auf die Welt gekommen, also ich hab dich gezeugt, damit du dich weiter fortpflanzt, und damit die Rasse Mensch Fortbestand hat? oder? wie willst du das deinen Kindern jetzt weiter vermitteln?

Em Vor allem, wie soll das weiter funktionieren später?

Fm Indirekt. du kannst nicht sagen, sie sollen Kinder bekommen, sondern zu eigenständigen Menschen werden.

Cm Zu einem eigenständigen Menschen zu sein, finde ich, gehört auch die Entscheidung will ich Kinder, nehm ich diese Möglichkeit, ich nenn’s jetzt Möglichkeit und nicht Verpflichtung, wahr, oder leb ich mein Leben anders als eben,

Em Hat nicht die Gesellschaft, also der Staat, die Pflicht, die Gesellschaft in die richtige Richtung zu lenken?

Dm Was ist die richtige Richtung?

Em Die richtige Richtung ist dass keiner in Armut oder lebt und dass keiner zurückstecken muss.

Bm Wo wir vorher gesprochen haben,

Em So wie es gerade hinausläuft, werden wir zurückstecken müssen. weil das Sozialsystem, so wie es jetzt ist, nicht haltbar ist.

Fm L Es ist eh schon zu spät. ich hab vor kurzem bei einem Vortrag gehört, wo so ein Wirtschafts- oder Populationsforscher, ich weiß nicht mehr so genau, gemeint hat, ahm, es ist jetzt sowieso schon relativ zu spät, das heißt die ganzen Maßnahmen zur Förderung von mehr Kindern, die wir jetzt machen würden, oder könnten, mach ma eh nicht, aber ist

ja wurscht, angenommen, man würde morgen sagen, ab morgen
geht's los und morgen werden Kinder gemacht,

? @(1)@ ((mehrere))

Fm Es ist eh schon 30 Jahre zu spät. dass was wir morgen machen,
wird sich erst auswirken, in 30 Jahren wären wir auf dem Standard,
wo wir sagen könnten, jetzt würd es passen, pensionssystemmäßig,

Em Daher solln wir gar nix machen?

Bm L Ja,

Fm Schon. nur halt gemeint, man muss sich bewusst sein,

Em Ja, man ist spät dran, noch kann man Schadensbegrenzung betreiben.
und sich vielleicht darauf einstellen, dass dann nicht unbedingt viel
dann da sein wird.

Fm Ja, sicher, aber, trotzdem man muss sich bewusst sein, dass es
theoretisch für gewisse Sachen schon zu spät ist, zu
spät ist und dass das Pensionssystem soundso nicht mehr
tragbar ist.

Cm Ist es zu spät? das heißt ich lass es? oder es einfach nur spät?
kann ich noch auf das Boot aufspringen?

Bm Es ist heute schon zu spät.

? ( )

Fm Es ist zu spät um die Bevölkerungsstruktur innerhalb der
nächsten 30 Jahren so zu ändern. sozusagen,

Cm Dann lass ich es gleich bleiben?

Fm Eine echte Änderung sozusagen,

Em Ja, aber das ändert ( ) wie das im Moment ist.

Dm Da kannst du dann für die nächsten 60 Jahre planen.

Bm Das plant niemand, weil wir eben einen kurzfristigen
Zeithorizont haben. und man denkt sich, ich hab noch,
ich weiß nicht, die 30 Jahre in denen wird eh nix Neues
passieren, wieso interessiert mich das? das ist das Problem.
das ist nicht so,

Cm Ich finde das nicht so ein Problem, ich glaub man kann
sich nicht mit Planungen für Jahrzehnte belasten, das wäre
ein bisschen viel.

? Man kann sie nicht planen,

Em Man kann nicht jeden Tag darüber nachdenken, aber
man sollte planen,

Cm Ich glaub früher war's einfacher zu planen, heutzutage ist einfach die Welt hat sich so verändert, und verändert sich immer noch, ist noch flexibler und nicht so, früher war's einfach du hast diese Rolle und du lebst das Leben so wie es die Generationen vor dir das auch getan haben. und heute hast du einfach die Möglichkeiten, aber du hast eben auch dieses ich muss mich anpassen was sich eben in meiner Umwelt tut.

Fm Ja, aber das Anpassen an die Umwelt das war früher viel stärker, früher war es selbstverständlich, dass du eine Familie hast, eine Frau heiratest und Kinder hast, das ist nicht sehr schwierig, jetzt ist das die freie Wahl. das Problem ist, dass natürlich die meisten Menschen, halt, sich relativ wenig trauen und, und teilweise den falschen Partner oder nicht den richtigen Partner finden,

Am Mhm.

Fm Und, und auch finanziell ist es teilweise schwierig. und ( ) da hat man viel zu wenig, und ich find, man ist wesentlich mehr gesteuert, finanziell,

Dm L Ja,

Fm L Und das sagt eh jeder. da gibt es Tausende die das sagen. aber

Bm L Aber die Medien ( ).

Fm desto mehr Menschen möglich ist durch bewusste Entscheidung zu einer Familie? und zu Kindern, halt,

Bm Es ist einfach die Strategie so zu argumentieren, dass du sagst, ich will keine Kinder, und ich sage mir, ok, die Bedingungen sind nicht erfüllt, die Bedingungen sind anders,

Fm L Ich will einmal Kinder haben, aber trotzdem

Bm Wo man sagen würde, die Bedingungen sind nie erfüllt, die Leute halt mit Kindern, das hat trotzdem funktioniert. da muss man nicht warten drauf, dass da irgendwas kommt und dass jedes Kind da 3000 Euro monatlich hat. ich würde sagen, die Probleme sind Wertprobleme und nicht finanzielle Probleme.

Fm Ja, stimmt.

? Mhm.

Cm Und Werte kann man nicht vom Staat aus glaub ich lenken.

Am Na, das braucht mehr Planung.

Cm Der Staat kann Finanzielles lenken, indem er sagt, ich dotiere jedes Kind mit, blöd gesagt, äh, 1000 Euro, aber der Staat kann nicht sagen, gute Werte sind, du heiratest und kriegst Kinder. das kann der Staat einfach nicht, das kann vielleicht die Kirche,

? @(.)@ ((mehrere))

Am Nja,

Em Sehr glaubwürdig @(.)@

Bm Das hat jetzt alle, also viele lachen, und das bedeutet ja wieder, dass da Werte weg sind einfach, wenn man Kirche sagt, das waren ja ein Wertesymbol, dann ist auf einmal nur Gelächter,

? ( ) ((mehrere durcheinander))

Em Das heißt ja nur, dass die Institution Kirche in Frage gestellt wird.

Bm Ja, ja,

Cm Weil die Kirche ihre Rolle einfach verspielt hat.

Em Nur sie gehen ja in eine andere Richtung, sie entzweien sich ja die ganze Zeit, eine Veränderung geht nur gesamtgesellschaftlich, das macht ja nicht irgendwie eine kleine Gruppierung für sich, und wenn die Kirche dann meint, sag ich jetzt mal, gegen den Großteil der Meinung zu argumentieren, dann sag ich mal, sollte die Kirche mal den Standpunkt überlegen.

? Mhm.

Fm Wogegen ich auf jeden Fall bin, ich mein, das ist wirklich so, den Schluss den ich jetzt ziehe, ich bin für Überlegen sozusagen, zurück in alte Systeme nachsehnt oder so, ich find grad, dass diese neu gewonnene Freiheit die wir jetzt haben, mir gefallt das eigentlich total gut, nur was fehlt ist einfach, dass dass die Menschen einfach ein bissl, ein bissl zu mehr Selbstständigkeit bringen, ja. versuchen zu bringen. schaffen kann man es eh nicht, aber, aber,

Bm Was noch ein Aspekt dazu zu der Geschichte, den man vielleicht aus dem zieht, ist, dass solche Individualität und Freiheit nur eine Gesellschaft, die geregelt ist, auch Sinn macht.

Fm Ja,

Bm Weil, ich kann jetzt sagen, ok, ich geh jetzt aus dem Elternhaus weil ich hab Kinderbeihilfe, ich hab einen sicheren Job später, und alles, aber in einer Gesellschaft, wo all das

unsicher ist, da braucht man den Familienverbund.

Am Mhm. (2)

Fm Ja.

Am Da gibt's es einfach mehr Individualität und da,

Fm Da ist Luxus.

8.6.6 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studenten II“

Obwohl die Fechtduelle in einer Studentenverbindung Einzelthema eines Studenten sind, können körperliche Auseinandersetzungen für die Gruppe als ein allgemein relevantes Thema interpretiert werden. In Zusammenhang mit Konflikten wird die Gruppenzugehörigkeit in verschiedenen Kontexten thematisiert. Bei allen Diskussionsteilnehmern gibt es persönliche Erfahrungen mit körperlichen Auseinandersetzungen zwischen Gruppen. Schlägereien und Messerstechereien, also körperliche Formen der Konfliktaustragung, sind im Bewusstsein der Diskutanten vorhanden und gleichzeitig eine Bedrohung. Persönliche Beispiele aus der Realität verdeutlichen die Relevanz der Thematik. Die Darstellungen der Konfliktszenen werden nicht aus der Perspektive des Akteurs, sondern aus der Sicht des Analysten oder des ungerecht Betroffenen geschildert (vgl. „Robespierre-Affekt“ im Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“). Die geschilderten Szenen der Gewalt fanden im öffentlichen Raum statt. Angriffe kommen aus dem Hinterhalt, ohne Vorankündigung und der Gegner ist in der Überzahl, was als Ohnmachtserfahrungen interpretiert werden kann. Es sind eigene Erfahrungen mit körperlichen Verletzungen vorhanden. Für die Studenten gibt es also reale Gefahren im realen Umfeld. Mögliche Ursachen der situativ unklaren Konflikte werden erst in der nachträglichen Analyse gefunden. Die Teilnehmer zeigen kaum Anzeichen der Demonstration der eigenen Kampfbereitschaft. Sie analysieren, zeigen sich an den Konflikten emotional wenig beteiligt, explizieren keine Rachegefühle und stellen sich selbst als friedlich, ruhig und fair dar. Ein gewisser Widerspruch ergibt sich durch die teilweise aggressive Sprache, durch das Interesse an Duellen und an aggressiven Medieninhalten. Die Interpretation dieser Diskrepanz bleibt an dieser Stelle offen. Die Analyse der Studenten der Gruppenkonflikte führt zu systematischen Ursachen, unabhängig vom persönlichen Hintergrund der Studenten. Intoleranz der Gruppen zueinander wird von allen Diskutanten wahrgenommen. Als vordergründiges Differenzierungszeichen zwischen Gruppen werden der Musikgeschmack und die Kleidung geortet. Mit den Gruppenkonflikten wird die Migrations-Thematik assoziiert, ebenfalls unabhängig von der Herkunft der Studenten. Die nüchterne Analyse der Gewaltbereitschaft anderer Personen beinhaltet Überlegungen der auslösenden Variablen. Die Studenten orten das Elternhaus, die Ausbildung oder schlechte Arbeitsplatzaussichten als Gewalt auslösende Faktoren und

zeichnen ein relativ differenziertes Bild der Wirkfaktoren. Einig ist man sich, dass viele Konflikte im öffentlichen Raum auf kulturellen Differenzen verschiedener Volksgruppen basieren. Dabei handelt es nach Meinung der Diskutanten häufig um den Import von osteuropäischen Konflikten (Passage „Konflikte und Gruppenzugehörigkeit“, 1-315):

Cm Ja, also was soll ich sagn, ich hab jetzt noch nichts, ich hab jetzt drei Partien bisher gefochten und zwei davon war ich Fuchs, das waren abgemachte Partien, da hab ich nicht viel mitentschieden, irgendwie, und meine dritte da bin ich halt gefordert worden, und hm, man kann schon, ich kenn Leute, die gehen auf solche Feste und die laufen halt rum, pöbeln rum, damit sie ja mit ein, zwei Partien danach nach Hause gehn, ja, das passt jetzt aber nicht ganz zu meinem Charakter und

Y1 Aha,

Cm Ich bin nicht der Mensch, der dann am Putz haut, nur dass ich dann zwei, drei Partien nachher hab, ja, weil, du weißt du kriegst irgendwie eh noch ne Partie und das muss dann auch nicht gerade mitten im Semester sein, ich mein, ja, also, ich bin da eher so defensiver, sag ich mal.

Y1 Also das hängt eigentlich von der Persönlichkeit dann ab?

Cm Das hängt von der Persönlichkeit ab. Ich kenn einen zum Beispiel, bei einem anderen (Korps) in Wien, egal wo ich den dieses Semester in Deutschland oder in Österreich bei Veranstaltungen getroffen hat, der fast jedes Mal mit einer (Entourage) nach Hause gegangen. ja, weil der führt sich halt wie der letzte Bauerntölpel auf, sag ich mal, der nimmt halt alles mit an Partien, was halt so geht, na, und das ist halt nicht ganz meine Art, wie ich mit dieser Situation mit dieser Sache umgehe, einfach,

Y1 Also man hat einen Gestaltungsspielraum? es gibt Regeln?

Cm Ja, es gibt Regeln, genau.

Y1 Aber man hat einen Gestaltungsspielraum, wie man sich in dem Duell dann mit diesen Regeln arrangiert und wie weit man geht auch geht immer, na? da gibt’s so gewisse? das ist interessant. Habt’s ihr so was schon amal gehört?

Am Also, ich wollt, vor ziemlich langer Zeit auch mit dem Fechten eigentlich anfangen,

Y1 Aha?

Cm Sportfechten?

Am Also, das mit dem weißen Gewand und Punkte einfach, ja, aber es ist einfach nie dazu gekommen, dann hab ich irgendwann (Jura) gemacht und

Y1 Aha,

Am Und jetzt im Moment gar keinen Sport, was ein bisschen abgeht.

Y1 Mhm,

Am Vielleicht ergibt sich ja dann durch's Studieren, da gibt's dann immer so für Studenten dass was organisiert wird,

Bm Sport.

Am Ja, Sport.

Y1 Das ist eine interessante Darstellung, muss ich sagen, das, das man kennt's teilweise aber natürlich nicht, wenn man nicht selber bei so etwas dabei war, kennt man das nicht, aber das war super interessant, finde ich.

Am Das ist eigentlich so was wie die Leute haben sich geschlagen halt, oder kommen gleich mim Messer daher, oder Schlimmeren und die Leute machen es auf eine geschickte Art und Weise,

Y1 Ja, aber wie gemeint, wer kommt mit dem Messer?

Am Ich mein, heutzutage man hört immer wieder so, eine Messerstecherei oder so,

Y1 Ja, ja?

Am Im heutigen Leben, und das ist noch so, das ist ja wirklich so Mittelälter-mäßig, ja, dass man herausfordert und, ja,

Y1 Ja?

Am Und was weiß ich um einen Dame kämpft,

Y1 Ja, ich weiß nicht, gibt's?

Cm Gibt's bestimmt. ja. bei uns selber hat's das in den letzten zwei, drei Jahren im Bund nicht gegeben, dass wer mit wem anderen wegen ner Frau mit wem anderen aneinander geraten würde, das gibt's sicher, das gibt's sicher auch jedes Jahr, jedes Semester, das ist irgendwo in Deutschland, aber ich wüsst jetzt grad kein Beispiel.

Y1 Also jetzt nicht persönlich, jetzt nicht so erlebt, aber rein theoretisch,

Cm Ich kann mir das sehr gut vorstellen, weil bei uns ist das nicht so, dass das ein enger Männerbund ist wo Frauen nix damit zu tun haben, nicht nur Männer mit Männern rumhängen, ja, ich sag nur, dass bei 50 Prozent der Dinge, die wir tun, auch immer Frauen dabei sind, wenn nicht sogar öfter.

Y1 Aha,

Cm Die Freundin von irgendjemand, oder die Freundin von der Freundin

Y1 Die dürfen da auch rein?

Cm Die feiern halt mit uns und sind mit dabei, die gehören dann auch fast auch irgendwie dazu, ja, und da kann's dann schon mal kommen, dass dann mit irgendwem, der von einer anderen Verbindung dazu stößt dass dann auf einmal einen blöde Situation auftritt, ja, also das, das, gibt's, also bei uns hat's das schon länger nicht gegeben, aber das gibt's sicher, weil's bei andern Verbindungen genau so läuft. dass da Frauen genauso ein und aus gehen wie Männer einfach , die einfach Kontakt mit den Leuten haben.

Y1 Und, und die, also die Messerstechereien, die, das ist jetzt wie gemeint, allgemein?

Cm Man kennt das aus den Medien,

Am Es muss ja nur passieren, dass irgendwelche Leute angetrunken sind, haben vielleicht grad keinen Job, oder keine Aussichten im Leben mehr, ja, und dann ( ).

Y1 Und, und, haben sie das schon einmal erlebt, oder so?

Am Also ich wurde einmal am Schwedenplatz, also das ist schon sehr lange her, da war ich ziemlich betrunken, also kann ich mich nicht so ganz erinnern so, aber ich wurde einfach von, also, natürlich in der Überzahl in Wahrheit, weil sonst trauen sich ja die wenigsten, wurde ich mal angepöbelt und hab gleich eine gefangen, ohne irgendwas zu machen,

Y1 Ins Gesicht, oder was?

Am Ja, ins Gesicht, ja. und dann hatte ich auch einen Nasenbeinbruch,

Y1 Na geh,

Am Ja, also das war das erste war ein Kick und dann haben sie, also ich hab nicht einmal den anderen erkannt, weil ich geh halt so, dann Kick und dann dreht man das Gesicht halt automatisch weg, dann hat sich die Nase umgebogen und noch mal zurück und ein

Schlag und dann bin ich schon abgehaut einfach, und es war noch ein Freund von mir dabei und ein zweiter Freund von mir hat auch was abgekriegt.

Y1 Und, und, was war da der Auslöser? für die?

Am Ja, wir sind einfach entlang gegangen, die Straße und da ist es passiert, also ich höre,

Y1 Freunde, Freunde waren das?

Am Ja. ich hör öfter so Sachen, wo jemand oder Mädels speziell, wenn sie alleine unterwegs sind abends und dann kann auch passieren, dass ein Typ herkommt und so, und sie einfach angr, angreift oder so,

Y1 Mhm,

Am Die heutige Generation, eben dadurch, dass nicht alle integriert sind untereinander, gibt's immer wieder Meinungsverschiedenheiten ja, immer so, die gegen die kann gut möglich sein,

Y1 Und die andere Gruppe, was, was war das für eine Gruppe? war das eine Clique, oder wer waren die?

Am Ich weiß es nicht mehr, ich war, wie gesagt, angetrunken,

Y1 Aha, benebelt?

Am Ja, ja.

Y1 Aha,

Am Das war einen ungute Situation und da stellt man sich dann die Frage, was, wodurch hab ich das ausgelöst, und, ich mein, ich geh nie auf Streitereien oder so was ein, ich bin immer so der fried, friedliche Typ, aber alleine wenn ich mir denke, wegen so einer Sache könnt ich riskieren, dass ich mein Leben lang entstellt bin, mir irgendwas passiert, wo ich mein ganzes Leben ärgere, was unnötiges,

Y1 Und war das dann eine Spitalssache?

Am Ja, ich bin dann ins Spital gekommen und dann zack, die Nase ist ein bisschen gerichtet worden,

Y1 Ah,

Am Ja, ja, dann noch so ein Gips drauf und so, ist aber wieder recht schnell abgeheilt,

Cm Hast du Anzeige erstattet?

Am Ja, aber eine Anzeige halt gegen Unbekannt, weil das, ja, und der Freund von mir hat auch nicht genau gewusst wie die ausgesehen haben. und

Y1 Mhm, wie lange ist das her?

Am Da ist eh schon einige Jahre her.

Y1 Schon länger, aha,

Am Aber halt speziell der Schwedenplatz, ich mein geh eh gerne hin, aber da treffen wirklich unterschiedlichste Leute aufeinander, weil da sind nicht so für eine Musikrichtung, oder Stilrichtung von Menschen, da kommen einfach viele Leute zusammen und dadurch kommt's auch immer so zu Situationen.

Y1 Ich kenn dort des Eisgeschäft und die U-Bahn und, aber da ist nicht ein Lokal gemeint, oder? wo die Leute zamkommen das ist schon der Platz dort, oder?

Am Ja, der Platz, und die Leute gehen da hin, es gibt dann welche, die hören dann dann so, was weiß ich, Techno-Musik, die gehen in dieses Lokal, und da auf der anderen Seite zum Beispiel da hören wieder Leute, weiß nicht, irgendwas, oder Rock oder so was und dann wollen beide halt zum Beispiel zum McDonald's gehen und angenommen halt und treffen sich am Weg und die schaun die anderen an und ihr gefallt's mir nicht, ich toleriere euch nicht und da kann‘s schon zu irgendwas kommen,

Y1 Aha, ja? auch erlebt? auch erlebt?

Bm Na, diese Situation nicht, aber ich hab ähnliche, weil am Dorf bin ich geboren und wo drei, wie sagt man, wo es große Straßen gibt, jede Straße ein Teil, und jede Straße hat eigene Junge, und diese Junge hassen die andere, weil, später hab ich nachgedacht, wieso, weil die alle haben ein Ziel und das gleiche Ziel, und das Problem ist, diese Gruppe will dorthin gehen, das, das, und deswegen gibt es immer Krieg, zum Beispiel, dieses Ziel ist ich bin der Beste als der andere, und als die Musik, Musikproblem ist auch dort, ( ) auch stärkere zum Beispiel, hab ich Rock gehört und meine Leute, die auch Rock gehört haben, haben auch gesagt, Rock ist ein Charakterersatz, und Hip-Hop hat keine Rechte und deswegen, bla, bla, bla, und haben auf der Straße immer, als ich in der Türkei auf der Uni war nur gekämpft. geschlagen.

Y1 Also des passt eigentlich zam, na irgendwie?

Bm L Ahm, irgendwie,

Cm Obwohl ich ja glaub, das hat jetzt nicht unbedingt mit der Musik als solche zu tun, weil, ja, gut, man kann schon sagen, ich mag

keinen Rock, oder ich mag kein Hip-Hop oder was auch immer, aber ich glaub eher, dass es daran liegt, dass Menschen die Musik hören, sich der Musik entsprechend ähnlich kleiden und verhalten. Rocker, das sind dann die Rocker, die Hip-Hopper sind die Hip-Hopper und die Techno-Freaks sind die Techno-Freaks, ja, und die haben alle halt so einen eigenen Style, ich glaub, dass derjenige der so ausschaut, wirklich hört, kann ja auch sein, dass aus dem Techno-Freak hört aber Hip-Hop, könnt ja sein, also Überschneidung gibt's da ja schon, ist ja da uninteressant, es geht darum, wie sieht der aus. wenn irgendwer sieht, ach, das ist ja so ein böser Techno-Typ, dem hau ich jetzt schön mal auf die Fresse, dann ist der, also nicht Techno-Typ, aber du siehst ja einen Typ, der so Stark-Hosen anhat, oder grüne Haare oder was auch immer, und genau das nervt dich, oder diese Person grad am Weg kommt, auf so jemanden loszugehen, was nicht gerade zur Masse gehört, also das schätz ich ein,

Y1 Jo, ja, ja, ja,

Cm Also die optische Abgrenzung, denke ich,

Y1 Die optische Angrenzung, aha, aha,

Am Meiner Meinung nach sind das irgendwo Leute, die nicht gut ausgebildet wurden, oder die kein gutes Verhältnis hatten mit den Eltern, die einfach keine Werte mitbekommen haben, weil ich zum Beispiel kenn von zu Hause, das sind Menschen, ich toleriere sie, gefällt mir vielleicht nicht genau was er macht, aber ich lass ihn seine Sache durchziehen und ich mach meine und falls es zu einer Auseinandersetzung kommt, dann mit, dann verbal also, also ich könnt mir nie im Leben denken, dass ich auf wen losgeh oder so.

Y1 Bitte, dass?

Am Ich könnt mir nicht vorstellen, dass ich auf jemanden losgehen könnte einfach.

Y1 Von, von, ihnen aus?

Am Ja. ja.

Y1 Mhm,

Am Und dann gibt's halt Leute, die haben immer nur gelernt, dass zum Beispiel, ahm, ja sofort losgehen,

Cm L Losgehen,

Am Ja. und,

Y1 Und das ist eher, was ist das eher? ist das eher eine Frage der Eltern? oder Erziehung, oder oder der Bildung, oder?

Am Da spielen viele Faktoren eigentlich,

Cm L Mhm,

Am Zusammen.

Cm Ich glaub nur, man macht sich's zu einfach, wenn man es über einen Faktor rüber bricht, man macht's zu einfach, wenn man sagt, der hat ne schlechte, schwierige Kindheit, man macht sich's zu einfach, wenn man sagt, der hat halt keinen Job, weil jeder der keinen Job hat, haut jemandem anderen eins über die Fresse,

Y1 Ja,

Cm Das sind immer zehn Faktoren, oder fünf mindestens. schlechte Erziehung, schwierige Kindheit, kein Job, keine Integration weil man eventuell Ausländer ist, et cetera, das ist nicht, da müssen schon ein paar Gründe dazukommen, dass man wie ein laufendes Schwert sich durch die Gegend sich bewegt, ja, und es denke ich, es gibt halt in jeder Gesellschaft, oder gerade in Ländern wie Deutschland oder Österreich, wo auch viele Ausländer reinkommen, gibt's halt Probleme mit den Kulturen,

Y1 Mhm,

Cm Jetzt nicht die dort lebende deutsche, oder die österreichische selber gegen die andere Kultur, sondern die albanische, die türkische, was auch immer, Konflikte die es im Osten Europas halt gibt, die dann halt hier her getragen werden, ich glaub das ist viel massiver als dass die Deutschen oder die Österreicher ein Problem mit den Osteuropäern hätten, und ja, jetzt wollt ich noch was sagen, hab's aber vergessen. (2)

Bm Mhm, als ich bei der Bundespolizei war, hab ich mit einem Polizisten gesprochen, und er sagt auch, dass die Bevölkerung, also die Türken andere Bevölkerung, andere Kulturen nicht will. in Wien. in der Türkei zum Beispiel kein Problem, wie kein Problem, für Türken kein Problem. für Türken, Lasen, weil die sind auch Immigranten.

Y1 Die Kurden wollen was nicht? die?

Bm Die Lasen. das ist auch eigene Volk.

Y1 Ja, ja,

Bm Das sind Immigranten. andere Immigranten wollen andere Immigranten nicht. das ist Problem daher auch,

Y1 Das ist, ah, sagen wir das ist in Wien anders als jetzt zu Hause? dort in der Türkei dort haben sie das Problem nicht?

Bm Ich wohne, ich lebe jetzt in Wien. ok. ich darf nicht die, die österreichische Kultur, einfach mögen, aber ich darf, ich fühle mich, dass ich,

Cm Nicht mögen, wer sagt dir das?

Bm Na, Politik. also,

Y1 Das hab ich nicht ganz verstanden. ist ja wurscht, egal, ja, das ist eine gute Frage.

Bm Ich kenne, Immigranten wollen mit anderen Immigranten einfach nicht zusammen leben.

Y1 Mhm,

Bm Das ist das Problem.

Y1 Ja, also, die verschiedenen, sagen wir amal Gruppen? aus verschiedenen Ländern, wollen nicht, akzeptieren die andern eigentlich nicht besonders?

Bm Genau. genau so.

Y1 Ok. und das erinnert uns jetzt irgendwie so an diese Straßenkonflikte zwischen Gangs oder Freundescliquen, oder Musik,

Bm L Mhm. es ist

Y1 Je nachdem wie man es sieht,

Bm Das finde ich auch überall in der Türkei auch, in der Türkei so, Tscherkessen, Lasen, äh, Griechen, machen auch immer Kampf oder Problem auch auf der Straße, weil die auch Migranten,

Y1 Hier in Wien?

Bm Nein. in der Türkei.

Y1 In der Türkei.

Bm In Istanbul zum Beispiel. ein großer Stadt und es gibt viele verschiedene Völker aus andere Länder und da gibt es auch Probleme miteinander. in kleinen Gruppen und in Wien auch zwischen diesen kleinen Gruppen.

Y1 In Wien auch,

Bm Ja, es ist überall.

Y1 Und haben sie selbst so etwas erlebt? oder, oder,

Bm Jo, in der Türkei schon und hier auch.

Y1 Hier auch?
Bm Ja. war auch ein, ahm, am Stephansplatz.
Y1 Also auch in der Stadt?
Bm Da war ein Fest und ein Türke hat mit anderen Problem gehabt, aber nur ein Türk und er auf Türkisch ein Sch, Schimpfwort gesagt und, ah, die kleine Gruppe, die Türken hat ihn einfach nicht, (sie gehen einfach fort) und die haben diesen Schimpfwort gehört. und schon gesehen dass ein Türke von andere Nationen, von andere Volk, von andere Gruppe (2),
Am Anattackiert wird?
Bm Ja. und deswegen haben diese, hat diese Gruppe mit anderen ((pfeift)),
Y1 Und da war ein Konflikt da, auch? auch körperlich?
Bm L Es war ein körperliche,
Y1 Kampf?
Bm Ein Kampf. ja. schlagen.
Y1 Massiv?
Bm Ja. genau so.
Y1 Wie lange ist das her?
Bm Vor zwei Jahre.
Y1 Vor zwei Jahren, in Wien?
Bm In Wien, ja.
Y1 Am Stephansplatz,
Bm Am Stephansplatz. das ist überall.

In der kurzen Passage zum Thema Fußball dokumentieren sich ebenfalls Gruppenkonflikte. Potenziell gefährliche, körperliche Konflikte sind auch dort auf Grund von Gruppenzugehörigkeit möglich. Im Unterschied zu den anderen Konflikten, wird beim Thema Fußball die emotionale Beteiligung explizit thematisiert. Dabei geht es nicht um eine distanzierte Analyse, sondern um persönliche Involviertheit. Fußball wird als emotionales Ventil, als „erlaubtes“ unkorrektes Verhalten dargestellt (Passage „Fußball und Emotionen“, 1-37):

Am Was aber auch wahrscheinlich dazu geführt hat, dass er ein paar Mal angepöbelt wurde, ist, ehm, dass Österreich und Deutschland einfach so nahe beieinander liegen und trotzdem muss man offen sagen, spielen die Deutschen einfach einen

so viel besseren Fußball als die Österreicher.

Cm @(1)@

Am Und dann sind die Österreicher immer eine Spur eifersüchtig, warum spielen unsere Landsleute nicht auch so gut, und ja, wenn es dieses Phänomen, dass man eifersüchtig wird, und sonst Problem, aber ich kenn auch von ein paar Freunden von mir, die manchmal beim Public, Public Viewing und da hat gespielt Deutschland gegen Spanien und da ist es auch zu Ausschreitungen gekommen zwischen Deutschland- und Spanien-Fans, das,

Y1 Jetzt?

Am Ja. das war im Endeffekt halt dann, ja, unsere Mannschaft ist besser als eure und so,

Y1 Also so blöde Rederei und?

Am Ja. man gönnt dem anderen einfach nicht, dass die Mannschaft halt heut mal besser ist.

Y1 Und haben sich die, war das nur verbal oder haben sich die auch?

Am Ich glaub, die haben sich auch geschlagen.

Y1 Auch gehaut?

Am @(.)@ Na gut, ja, sie haben ein Tor geschossen, na warum haben unsere Leute kein Tor geschossen? schlimme Sache eigentlich, voll unnötig eigentlich.

Y1 Naja,

Cm Fußball ist halt immer sehr emotional. ich denk da rasten halt auch teilweise Leute aus, die sonst ruhig bleiben würden.

Am Ja das stimmt.

Y1 Ja sicher, naja, das ja ist interessant,

Cm Also ich bin auch ein sehr ruhiger Mensch, eigentlich, aber beim Fußball, da nicht im Sinne, dem nächsten Spanier auf die Fresse hauen, der da steht, aber es nimmt einen, also mich emotional immer voll mit, also, da bin ich immer auf 180 und raste immer total aus, egal ob was Gutes oder Schlechtes passiert. ja, aber Fußball birgt halt diese Gefahr in sich durch diese starke Emotionalität, dass sich manche Menschen zu Dingen verleiten lassen, die sie sonst nicht tun würden.

Der Medienkonsum der Gruppe pendelt zwischen Mainstream und absoluten Nischenprodukten. Kurzweilige Komödien („Family Guy“, „Pastewka“), die in den Tagesablauf eingegliedert werden, und die nach intellektueller Tätigkeit zur Entspannung

beitragen, werden ebenso genannt wie dramatische Inhalte. Mit „Gladiator“ und „Fightclub“ werden zwei nicht aktuelle Kinoproduktionen mit besonders archaischen Themen genannt, die an Elemente der vorhergehenden Diskussion erinnern. „Gladiator“ symbolisiert den ungerechten Kampf eines Mannes gegen einen übermächtigen Gegner, der mit unfairen Mitteln kämpft und „Fightclub“ thematisiert körperliche Kämpfe als Mittel gegen indifferente Langeweile des „normalen“, „domestizierten“ Männerlebens. Mittels „Retro“-Serien („Startrek“) werden Erinnerungen an die Jugend und damit positive Emotionen abgerufen (Passage „Medienkonsum“, 13-28):

Cm Ist so ein Klassiker einfach, der ein Spitzenfilm ist. und wo ich zur Zeit auch wieder voll @Bock@ drauf bekommen hab, fand ich immer voll gut, ist Startrek, da kommen zurzeit auf Kabel1 immer so lange Startrek-Nächte, häufig, wenn ich irgendwann nach Hause komme, dann läuft das halt immer noch vier Stunden und

Y1 Die Filme oder die Serie?

Cm Die Serienfilme, irgendwas permanent. ich setz mich dann halt hin, ich weiß nicht um was es da grad geht, weil ich hab den Anfang dann schon verpasst und so, aber das ist dann so ein bisschen ein Retrofeeling, wie damals als ich so 11, 12, 13 war, als ich damals am Höhepunkt meiner Startrek-Leidenschaft war, an den sich halt wieder zu erinnern, irgendwie. ja, das halt. man denkt dann an vergangene Zeiten zurück. Mit 24 fängt man schon wieder an über seine @Jugend nachzudenken@, ja, und, ahm, und da steh ich grad irgendwie wieder drauf. obwohl ich jetzt kein klassischer Science-Fiction-Fan bin eigentlich.

Differenzierter stellt sich das Interesse am Horrorgenre dar. Die Gruppe pendelt zwischen Ablehnung und Anziehung. Psychische Spannung wird explizit inhaltsleeren „Blutorgien“ vorgezogen. Horrorfilme liefern offensichtlich dosierbare Reize für den Alltag. Ein Teilnehmer stellt selbst die Analogie zum Hochschaubahnfahren her: Horror („The Crazies“, „White Noise“, „Hostel“, „Schweigen der Lämmer“, „Roter Drache“, „Chain Saw Massacre“, „Dexter“), aber auch Gewaltfilme bringen überschaubare, kalkulierbare Aufregung in den Alltag (Passage „Medienkonsum“, 84-134):

Am Also was ich nicht leiden kann, sind Horrorfilme.

Y1 Nicht leiden?

Am Das hat meistens keinen Wert, also vom Anspruch her,

Y1 Aha,

Am Und weil man es sich anschaut, weil es irgendwelche Werte vermittelt, es geht einfach nur darum, dass Leute sterben,

Y1 Und, und, haben sie da einen gesehen amal, oder?

Am Mm:, also in letzter Zeit, ich bin mit einer Freundin @notgedrungen@ mitgegangen in,

Y1 Ja?

Am In so einen Horrorfilm, aber da ging's nur,

Y1 Welchen?

Am Das hat geheißen, the Crazies, das ist gerade im Moment im Kino,

Y1 Ja, ja,

Am Da geht es eigentlich nur darum, dass Leute von irgend einem Virus befallen werden und dann alle aggressiv werden und morden wollen und dann müssen sie fliehen aus dem Land, so wie die Geschichte schon 100 Mal erzählt worden ist,

Y1 Ja,

Am Das ist dann kein Anreiz mehr.

Cm Also ich find Horrorfilme zum Beispiel gar nicht so schlecht, aber ich finde, da gibt es halt auch zwei Kategorien von Horror, es gibt Horror, da geht's nur darum, wie stirbt jemand, so wie bei Saw zum Beispiel, oder stirbt jemand überhaupt, ja, ich hab auch mal einen echt harten Horrorfilm gesehen, nicht weil viel Blut geflossen ist, sondern weil er einen mental, psychisch echt angegriffen hat und der hieß White Noise und da ging's um einen Typ, dessen Frau gestorben ist und er hat dann versucht mit einem Dings, das heißt Paranormal Activity Kontakt mit der aufzunehmen mit so Videogeräten über Radio, keine Ahnung, da gibt es anscheinend wirklich so, ich hab das dann nachher recherchiert, es gibt anscheinend wirklich solche Gruppen von Menschen, die das als Hobby oder was auch immer betreiben, eben da mit solchen Methoden Kontakt aufzunehmen. das war halt ein Horrorfilm, wo nicht viel Blut fließt, wo aber krasse Schockmomente drin sind, wo einem im Moment von oben bis unten der, der kalte Schauer runterläuft, ja, da frag ich mich schon, hat's das jetzt gebracht? dass ich eine Stunde nicht einschlafen kann, anderseits dieser Achterbahn-mäßige Thrill, also ich fahr total gern Achterbahn, ich brauch diesen Adrenalin, diese Adrenalin-Kicks irgendwo,

Y1 Aha, aha,

Cm Drum häng ich ganz gern bei Horrorfilmen rein. und den hab ich neulich gesehen, da geht's nicht darum, dass viele Leute sterben oder so, weil das ist auch was ich ein bisschen langweilig und zähe finde einfach weil es ist, aber der ging halt mehr auf die psychische Ebene, war recht gruselig und das ist für mich auch der echte Horror, weil Horror wie ich es nicht gut finde ist halt Special Effects, Feuerwerk irgendwie wie kann man Leute verstümmeln. den interessanten Horror find ich den, wo man wirklich echt Angst bekommt einfach, vielleicht ne gute Stunde über den Film nachher nachdenkt, also (1).

Als bessere Alternative zum TV-Konsum werden explizit Bücher genannt. Filme oder Serien werden auch abseits der konventionellen Vertriebswege konsumiert. Persönliche Empfehlungen und das Ausleihen von Freunden spielt ebenso eine Rolle wie das Internet. Reine Internet-Filme („The Man from Earth") werden offensichtlich online gesucht und gefunden.

Das übergreifende Thema der Diskussion sind Gruppenkonflikte. Freizeitaktivitäten wie aktiver oder passiver Sport, aber auch das Medienverhalten können, zumindest teilweise, als eine kontrollierte Form der Auseinandersetzung mit Konfliktaustragungsstrategien angesehen werden.

8.6.7 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studentinnen I"

Eines der wichtigsten, übergreifenden Themen ist die Frage nach direkten sozialen Kontakten. Die anonyme Universität mit zu wenig zwischenmenschlicher Interaktion oder die explizite Suche nach neuen Freunden dokumentieren das große Interesse an Beziehungen (Passage „Fehlende StudienfreundInnen", 1-52):

Ef Also was ich sagen kann, was mir halt auffallt seit ich in Wien bin und seit ich an der Uni bin, dass alles distanziert und anonymisiert ist und vor allem, dass wir ein Massenstudium haben in der Kultur- und Sozialanthropologie wo man überhaupt nichts mehr mit jemandem zu tun hat quasi,

Y1 Mhm, mhm,

Ef Also das ist, wo ich mir oft überleg, wenn ich in Vorlesungen geh oder so, da bin ich a Stund dort und geh wieder @(.)@ und da denk ich mir, vor allem, wenn man vom Land kommt, das ist

ja ganz anders, das ist, so was mir im Alltag jetzt auffallt.
jetzt einmal.

Y1 Ja, also, also sozusagen das anonyme wohin gehen, und dort was machen und dann wieder weggehen?

Ef Ja, man kennt a kane Professoren, es gibt fast keine Seminare mehr im Studium,

Y1 Ja, aha,

Ef Ja, also das ist sehr @frontal@ einfach.

Y1 Und, und, was ist das Gfühl sozusagen dabei? ahm, wenn man weggeht, dann?

Ef Also man ist sehr auf sich zurückgeworfen auch was die Selbstdisziplin betrifft, man kann sich nicht austauschen mit irgendjemand, also gerade sozialwissenschaftliche Themen,

Y1 Ja, ja,

Ef Wo man darüber diskutieren sollt. und das ist halt, das fallt mir halt auf. das war in der Schul ganz anders.

Af Ja drum wär ja auch diese akademische Viertelstunde, die man normaler Weise zu spät kommt, vielleicht sinnvoll, so einmal also eine Viertelstunde früher kommen bevor das

? Mhm,

Af Seminar beginnt, dass man dann Zeit hat mit seinen Kollegen zu reden, ich hab's auch jetzt gemerkt wie ich Diplomarbeit geschrieben hab, ich schreib's auf Spanisch und ich brauch jetzt wen, der mir das auf Spanisch liest weil Muttersprache hab ich ja nicht Spanisch und überhaupt, auch von der Zusammensetzung, auch wenn man's jetzt auf Deutsch schreibt, ist ja egal,

Y1 Mhm,

Af Und dann bin ich eigentlich draufgekommen, warum frag ich nicht meine Studienkollegen,

? Ja.

Af Und, nur, ich @kenn keinen@ und jetzt hab ich mir eben gedacht, man müsste sich halt öfter blicken lassen vor der, vor der Vorlesung und mal und halt so Studienfreunde gewinnen. aber das tut man,

Ef Das ist ganz schwierig, wenn man die Pausensituation ganz einfach ned hat. nach der Vorlesung, da hat man vielleicht vier Stunden frei, da geht eh jeder ham oder so, aber in der

Schule hat man dann halt einmal a halbe Stunde frei und ist quasi gezwungen zur @Kommunikation@, also, das ist schwierig.

Af Oder man muss ja auch mal raus aus dem Hörsaal zum Beispiel,

Ef Ja, genau.

Es wird diskutiert, was echte FreundInnen sind, wie viele man hat, wie man Freundschaften aufbaut und erhalten kann. Beziehungsfreies Arbeiten am Computer wird als negatives Zukunftsszenario von der Gruppe dargestellt. Es werden sogar innerhalb der Diskussionssituation gegenseitig Tipps zu Freundschaftsanbahnung ausgesprochen und spontan gemeinsame Freizeitaktivitäten zwischen den ursprünglich einander unbekannten Teilnehmerinnen geplant. Die Einbettung in ein Beziehungsgeflecht ist den Studentinnen wichtig (Passage „FreundInnen und Netzwerke“, 19-92):

Bf Wir haben umgekehrte, wir haben ein anderes Problem, dass wir, dass wir, ja, dass jeder unter sich, (internationale) an der Uni,

Y1 Ja,

Bf Man bewegt sich in diesem Raum von 200 Leute und es ist ganz schwer rauszugehen und dann neue Leute treffen, bei mir ist es immer die Frage, wie findet man neue Freunde, oder zumindest die Leute wo man einfach von Bekanntschaften, von Leuten, die man regelmäßig trifft, wie findet man die und wie geht man das, diese Brücke über, dieser Bekanntschaften,

Y1 Interessant,

Bf Das ist mehr das Problem für uns, weil meine Freundin jetzt, die werden nicht mehr da studieren, fahren in andere Länder und das ist, es bleiben die Leute, die ich, ok, kenne, aber wo ich nicht die Zeit verbringe oder jemanden anderen finde sozusagen, weil man kann nicht immer alleine leben so,

Y1 Ja, ja, ja, mhm,

Bf Und Antwort hab ich jetzt noch nicht gefunden, das ist jetzt Zufallssache, glaube ich,

Y1 Was ist Zufallssache?

Bf Freunde, Freunde, neue Leute, kennen lernen, so dass man mit denen ständig in Kontakt bleibt und man nicht einfach so, ja,

Af Also nicht für das Studium jetzt, sondern,

Bf Ja, so, ja, Zeit verbringen zusammen.

Df Geh mal einfach alleine wohin. ich mach das schon oft.

? @(1)@ ((mehrere))

Df Ich geh wo alleine hin, dann, dann, ich fang einfach zu reden an und es gibt immer welche Leute, die zuhören,

Ef @(.)@

Df @Ja@, es stimmt ja, aber man muss halt selber, man muss, auch wenn man vollkommen schüchtern ist, aber tu einfach mal so, als ob, aber du bist vielleicht gar nicht schüchtern. @(.)@

? @(1)@ ((mehrere))

Df Aber, @ja@, geh unter die Leute. und, und,

Ef Ja, aber was mi bei dem Aspekt halt nerft ist diese Konsumzwangsgschicht weil du musst wo hin gehen, wo du bezahlst,

Df Na, aber,

Ef Was i ned, eben, das ist halt das was mi ärgert. weil ich möchte nirgends hingehen, ins Flex dann und 15 Euro Einritt zu zahlen und um dann vielleicht mit irgendwem zu @reden@.

Df Aber,

Y1 Aber, ja, ja, bitte,

Df Aber komm heute zum Karlsplatz, da gibt's heute dieses openair Kino.

Bf Aha,

Df Und da sind ganz viele Leute.

Ef Da bleib @ich@.

? @(1)@ ( ) ((mehrere durcheinander))

Df Das ist ein Alfred Hitchcock-Film.

? @(1)@

Y1 Achso, ja genau,

Cf Aber ich denke, es ist schwierig, wenn man Leute so kennenlernt, dass sie wie Bekannte, die man wieder trifft, übergehen zu Freunden, die man, mit denen man gerne was macht.

Bf Eben, das ist es.

Ef Wo man einfach raus auf die Donauinsel sich hinsetzt und mit denen halt ein Gespräch führen kann, ohne dass alle angeheitert sind, damit die Hemmschwelle fällt, und so, und das find ich

irrsinnig schwer. ich mein ich bin auch so ein Mensch, ich hab immer die Leute gekannt, die mit mir in der Klasse waren und dann wurden unsere Klassen drei Mal durchgemischt und dann hab ich wieder die Leute gekannt ein bisschen und natürlich auch die anderen, die weggegangen sind und jetzt ist die Schule halt aus, ich hab mit drei Leuten noch ganz spärlich Kontakt, obwohl wo es mich jetzt irgendwie auch gar nicht interessiert, und @ja@, mein Freundeskreis schaut jetzt dementsprechend dezimiert aus. aber das ist ok. aber ja, es ist einfach schwierig, dafür sind die, die mir geblieben sind auch wirklich meine Freunde, nicht nur Bekannte, die ich halt irgendwie treffen würd und irgendwas mach.

Y1 Mhm,

Af Ja, Freunde sind eh schwierig zu halten, dann, also bis amal jemand zum Freund wird.

? Ja.

Beziehungen werden aber nicht nur auf der privaten, persönlichen Ebene diskutiert, sondern auch im instrumentellen Sinn. Ausgehend von fehlenden Studentenkontakten, die in der Ausbildungssituation hilfreich sein können, verdeutlicht sich im Laufe der Diskussion, dass zumindest teilweise versucht wird, die berufliche Unsicherheit durch instrumentelle Kontakte abzubauen. Die Gruppe ist sich diesbezüglich nicht einig, aber ein Teil der Studentinnen versucht sich nutzbringende Beziehungen schon während des Studiums aufzubauen. Dies kann als aktive Strategie zur Lösung des „Problems“ Einstieg in den Arbeitsplatz und Zukunftssicherung gesehen werden (Passage „FreundInnen und Netzwerke“, 118-271):

Af Ja, das sind so, da gibt es so ein Sprichwort, ab einer bestimmten, ab einer bestimmten Zeit gibt es nicht, hat man nicht mehr Freunde, sondern (1) ((schnippt mit den Fingern)) (1), ich muss erst übersetzen, ich weiß jetzt nicht,

Y1 Ungefähr? wie, wie kann’s gemeint sein?

Af Ja, also, sozusagen, dass man sich von jemandem dann, wie heißt denn das? ahm, dass man jemanden dann, also nicht ausnutzt, sondern im positiven Sinne sich, ha, ich überleg @noch@.

? @(.)@ ((mehrere))

Af Interessen, vielleicht, irgendwie so? also dass man sich dann nicht mehr Freunde sucht, sondern, wenn jemand für mich interessant

ist, das was ich auch vorher gesagt hab, ich glaube, dass Networking so wichtig ist, und dann hat man nicht mehr Freunde, sondern man sagt, ja ich kenn den und den und sozusagen das ist mein Freund, ja,

Cf Mhm,

Af Aber in Wirklichkeit ist er nicht der Freund im klassischen Sinn halt,

Ef Ja.

Y1 Ist das jetzt gemeint, im instrumentellen Sinn? die Freundschaften dann oder ist es gemeint so wo ich halt die gleichen Interessen hab, einfach? also, oder ist der Freund dann ein Instrument?

Af Genau. ein Mittel zum Zweck.

Y1 Eher?

Af Ja.

Y1 Und ab wann, später im Leben, oder wie, wie war das gemeint?

Af Also das war so ein spanisches Sprichwort, das hat mir ein Mexikaner gesagt.

Y1 Aha,

Af Und der hat gesagt, ab, ab einem bestimmten Alter, ja, und das ist ja auch wirklich so, als Jugendlicher vielleicht, ich kenn's nur von mir, da hat man noch, da ist das noch mit Freunden, da hat man die Freundin oder den Freund, aber irgendwann später ist das nicht mehr so wichtig, wer ist dein Freund, sondern ist der da, wenn ich das brauch und kann auch ich dem auch noch was geben, wenn der was braucht,

Y1 Ja, und, und finden sie das jetzt gut? oder, oder ist das schlecht, oder, oder, wie, wie, wie ist das jetzt zu, wie soll ich das verstehen jetzt?

Af Also, also, ich find's praktisch.

Ef L Also ich was ned,

Y1 Praktisch,

Ef Aber ich find des, ich was ned, sehr @reduziert@, wenn ich sag, es geht nur um diesen Austauschaspekt, ich geh jetzt nur zu ihr hin, weil i was sie was über des oder des Bescheid und sonst hab i nix mit ihr zu tun. aber das ist bei mir auch ned der Fall. also ich hab auch nur zwei oder drei richtig gute Freunde, und mit ana wohn ich halt zam und da ist es halt auch so, wir setzen uns

halt hin und reden halt fünf Stunden über irgendwas, das hat überhaupt keine Zweckgerichtetheit oder so, also @(.)@

Af Ja, genau,

Ef Dieses Rational-Choice-Ding würde ich nicht unbedingt auf Freundschaften übertragen. also, also dementsprechend kann ich das auch nicht sagen, dass das im jugendlichen Sinne jetzt anders wär. nur dass man vielleicht halt wirklich ausgebildetere Interessen hat mit der Zeit.

? Mhm,

Ef Die man als Jugendlicher noch ned hat und deshalb fallt es einem ned so auf, dass es zweckgerichtet ist, es ist halt zweckgerichtet, dahingehend dass man ein soziales Netzwerk überhaupt hat und ich glaub, dass es auch später immer die Grundeinheit, klar man hat dann halt gemeinsame Interessen, aber ich würde es jetzt nicht auf diese Interessen fixieren, ich mag den nur deswegen weil er diese oder jene Musik @hört@ oder so, und des und des,

Af Na ich würde jetzt nicht so sagen, ich mag den, weil der irgendwas hat was ich mal brauch oder brauchen könnte,

Ef Ja, was ist des was er hat? des klingt so materiell @(.)@

Cf Zweckfreundschaften.

Af Ja, genau, Zweckfreundschaften.

Cf Du unterscheidest zwischen einer richtigen Freundschaft und den Zweckfreundschaften,

Af L Genau.

Cf Weil die sind ja praktisch, ja.

Ef Aber was ist eine Zweckfreundschaft?

Af L Naja,

Ef Was Berufliches, wo ich dann sag,

Cf L Da kannst du schon zwischen beruflich und privat unterscheiden, nur ich kenn auch Leute von denen würd ich auch Wert auf eine Freundschaft legen, weil es halt nützlich sein kann und weil sie Sachen haben,

Ef Na sehr gut @(.)@

Cf Die ich gerne hätte, aber andersherum ist die Freundschaft von denen zu mir das Selbe. das weiß ich ja, und wenn die’s so machen, und,

Ef Achso, aber ich würde das dann nicht als Freundschaft bezeichnen.

Cf Nja, daher heißt es ja dann auch Zweckfreundschaft.

Ef L Naja, Zweckfreundschaft eher Zweckbekanntschaft.

Cf L Natürlich fühl ich, dass es ganz was Anderes ist.

Ef Ich mein, ich kenn die Unterscheidung ned, ich hab nur Freunde mit denen ich alles mach, des sand,

? @(1)@

Ef Dann die zwa, drei Leit. sonst hab ich nur Bekannte, beziehungsweise Zweckbekannte vielleicht,

? @(1)@

Ef @Zweckbekannte@ vielleicht, aber ich würd,

Af Das beruht ja auf Gegenseitigkeit, ich würd das nicht so sehen, dass ich wen ausnutz, das würd ich nie machen,

? Ja.

Af Naja,

Ef @(1)@

Af Aber, aber ich würd irgendwie so, das ist trotzdem eine Freundschaft, ja, ich hab auch solche Freunde, da weiß ich, und das sind Freunde für mich, ich schätze die und wenn die zum Beispiel irgendein Problem haben, oder wenn es einem schlecht geht, ich bin auf jeden Fall da, nur, äh, ich würd mich jetzt nicht mit ihnen auf einen Kaffee treffen, und dann über Gott und die Welt reden vielleicht nicht unbedingt. außer das bringt mir irgendwas.

Ef Aha.

Af Aber das ist nicht abwertend gemeint. das beruht auf Gegenseitigkeit.

Y1 Mhm,

Cf Das ist eh wichtig, dass es die Gegenseitigkeit ist, nicht verarschen und den ausnutzen.

Af Genau.

Cf Man muss eh selber damit klarkommen, aber, das ist nicht nett.

Ef Aber wahrscheinlich bin ich da so radikal, weil ich will kane Zweckfreundschaften, weil des so reinkommt in dieses Kunstding das ich schon so gehabt hab, wo ich weder gewusst hat, ok, i wüll jetzt nur mit dir gut Freund sein, weil des und des und des und vielleicht kann ich da anschließen an deine Bekanntschaften oder

so und deswegen bin ich da halt so dass ich das nicht so nachvollziehen kann. wann jemand sagt, er hat Zweckfreundschaften, weil's für mich halt Bekannte gibt, die distanziert sand oder wirklich enge Freunde, also bei @mir gibt's da kan Übergang@.

Af Ich hab da jetzt auch überhaupt keinen Genierer so dass ich, also dass ich das erkenn, dass das so ist, weil ich hab auch, dass auch mein Vater, der, der hackelt den ganzen Tag, er arbeitet wirklich, verbringt, macht Überstunden im Büro und tut alles, ja, und dann kriegt irgendwer anderer seinen Posten, also da ist dann diese Stelle, die er gehabt hat, die ist aufgelöst worden und dann ist eine neue, da gibt's eine neue, ich kenn mich da nicht so aus, Stelle, und jetzt ist die Frage, wer wird das, und es gibt mehrere, die so waren wie mein Papa in der Position, ja, und, und jetzt wird's aber nicht mein Papa, diese Stelle da, sondern ein anderer. und, ich mein ich kenn's zwar nur von den Erzählungen von meinem Papa, aber man sieht halt, ich weiß nicht, der andere hat eine Frau im Nationalrat oder im Gemeinderat oder was weiß ich, ja, und drum krieg er einfach die Stelle.

? Mhm,

Af Es wird nicht aufgeschlüsselt, warum er die Stelle bekommt und mein Papa zum Beispiel nicht und wenn der alles, der hat mir das gezeigt, und das und das ist verlangt, und das und das hat er. es gibt keinen besseren. und sie können es auch nicht genau begründen und drum denk ich, man kommt offensichtlich im Leben nicht anders weiter als so, und das ist auch nix schlechtes.

Ef Aber mich @kotzt es an@.

Af Früher war ich so wie du. ich würd das so gern ändern auch,

Ef Ja, eh, aber ich sträub mich einfach dagegen, dass ich da mitspül, und mir denk, jetzt muss i aber einischleimen oder sonst irgendwas, oder, dagegen wehr ich mich halt einfach.

Af Ja.

Trotz aller instrumentellen Aspekte ist die Suche nach echten FreundInnen oder die Aufrechterhaltung der wenigen echten Freundschaften grundlegend ein wichtiges Thema. Neue echte FreundInnen zu gewinnen scheint mit zunehmendem Alter schwieriger zu werden und geht eher in die Richtung von nutzbringenden Kontakten. In der

„Networking“-Frage bleibt die Gruppe aber uneins. Der bewussten Nutzung von Bekanntschaften zu pragmatischen, beruflichen Zwecken wird mit ethischer, idealistischer und emotionaler Ablehnung begegnet.

Grundsätzlich empfinden die StudentInnen die berufliche Zukunft als unsicher, was teilweise als Belastung empfunden wird. Sie stehen zwischen Ausbildungsentscheidungen und den damit verbundenen unterschiedlichen Auswirkungen auf die individuelle Zukunft. Es gibt viele Wahlmöglichkeiten, die teilweise als belastend empfunden werden. Dazu kommt das Spannungsfeld zwischen dem Wunsch nach beruflicher Selbstverwirklichung und finanzieller Absicherung. Die Zukunftsängste betreffen zwar auch die finanzielle Seite, sind aber im Vergleich zu den Bürokauffrauen viel mehr auf die Entwicklungsmöglichkeiten fokussiert. Es besteht eine gewisse Angst vor einem Arbeitsplatz, der keine individuelle Entwicklung zulässt oder der mit berufs-ethischen Kompromissen verbunden zu sein scheint. In Summe belasten die weitgehend unklaren Berufsbilder und die grundlegend schlechten beruflichen Aussichten hinsichtlich Bezahlung oder monotoner Tätigkeit die entworfenen Zukunftsszenarien. Trotz eines gewissen Konkurrenzdrucks und teils negativer Erfahrungen mit Arbeitgebern sieht ein Teil der Gruppe der beruflichen Zukunft mit einer Portion Zuversicht entgegen, wenn man aktiv an die Probleme herangeht und zu Kompromissen bereit ist (Passage „Entscheidungen und berufliche Aussichten“, 1-127):

Bf Also jetzt aktuell, ich muss mich für das Masterstudium entscheiden und es war eigentlich sehr schwer zu entscheiden, wohin ich gehen will, weil es Qual der Wahl, so viele Möglichkeiten, man ist nicht immer informiert genau bei diesen Möglichkeiten und eigentlich hab ich, ich weiß nicht wie, ob es allen geht, dass nach drei Jahren Bachelor weiß man immer noch nicht, was man genau machen möchte. und man (stellt das unterscheidet) wo ich mich in zwei Jahren sehe und soll ich jetzt ganz, ganz schnell fertig machen, zwei Jahre Master machen und dann zu arbeiten oder muss oder nehme ich ein Jahr Auszeit, ein bisschen dieser Zeitdruck und Angst sich nicht selbst verwirklichen oder am Ende nicht da sein, was eigentlich in der Vorbereitung in der Vorstellung hat,

Y1 Was man in der Vorstellung hatte, oder?

Bf Ja, hatte, dass man am Ende, wird sich herausstellt, wo ich jetzt sitze oder wofür ich sechs oder fünf Jahre Studium gebraucht hab, das ist nicht das was ich eigentlich wollte.

Y1 Mhm,

Df Darf ich da gleich anknüpfen?

Y1 Bitte, bitte,

Df Das ist auch etwas das mich voll beschäftigt. ich studier seit an Jahr, aber es kommt für mi rund herum der Druck, du, ja, musst wissen, was du machen willst, du musst irgendwann Geld verdienen, i kann, i kunnt für mi überhaupt ned sagen, wo i in zehn Jahren bin und i was ned, i hab so viele Interessen dass i mi irgendwie ned entscheiden will und, ja, da denk i a so viel darüber nach, wann i des anfang, des fertigstudier und dafür halt was hob, wo i arbeiten kann, ja, des beschäftigt mi eben a sehr, vor allem mit Musik halt, weil das ist ja ned immer so leichtes Brot und so, ahm, ja, aber ich kenn das ah, irgendwie kommt von allen Seiten so der Druck, mhm,

Cf Aber ich glaub, dass viele auch, wenn sie fertigstudiert haben dann trotzdem nicht den Beruf ausüben, was sie

Df L Ja.

Cf Gelernt haben, fünf oder sechs Jahre lang, dann erst wieder ganz was,

Df L Ja.

Cf L Anderes machen.

Y1 Mhm.

Bf Dann ist die Frage, warum studierst du das,

Cf Naja, weil man ja irgendwas machen muss und dann passiert's einem, da kommt der Druck von außen, du musst irgendwas machen und dann macht man's halt, bei mir ist es so, ich war auf einer berufsbildenden Schule, fünf Jahre, nach dem zweiten Jahr hab ich mir gedacht, das will ich nicht machen. und dann hab ich's irgendwie fertig gemacht, weil ich hab ja schon angefangen damit und am Schluss hat's mir dann eh auch wieder gefallen, aber jetzt studiere ich auch wieder was anderes, vielleicht komm ich dann wieder zurück zu dem was ich eigentlich schon gelernt hab schon fünf Jahre lang, aber es ist ja auch so, dass ich auch einfach mal schau, ich mach das mal jetzt, dann seh ich eh wie's ist, dann kann ich noch was anderes machen und der meiste Druck kommt eh immer von dem, dass man Geld braucht um zu leben. wäre nicht alles

auf Geld fixiert, dann könnte eh jeder die ganze Zeit irgendwas lernen und sich nur weiterbilden oder irgendwie halt ausleben, was er gerne tun würd, aber darum, dass wir alle das Geld brauchen, lernen wir nur um etwas arbeiten zu können.

Y1 Mhm,

Ef Ja, das war bei mir auch das Problem, weil ich mir ja auch schon im dritten Jahr gedacht hab, wie ich Grafik gemacht hab, das will ich auf keinen Fall machen, also diese ganze Werbegrafik, Marketingsache, wie bring ich jemanden dazu, dass er des kauft, das mich selbst überhaupt ned @interessiert@, und das war irgendwie leicht verlogen, und das wollt ich dann überhaupt ned machen, aber jeder hat mich halt darauf hingewiesen, hey, des is des was du kannst und du hast ned amal a gscheite Ausbildung, allgemeinbildungsmäßig, weil es ned amal die normale Matura war, sondern eben die berufsbezogene, und alle gesagt haben, du musst Grafik machen, was anderes wast und kannst du ned, und dann, also des war schon @die Flucht@ dann ins Anthropologiestudium, aber ich bin mir a ned sicher, ob ich da, weil die Berufsaussichten sand @ja@ marginal in diesem Studium, und vor allen Dingen hab ich dann von den Leuten, die es wirklich schaffen, Geld damit zu verdienen und dann eh Universitätsprofessoren werden, weil @sonst@, an irrsinnigen Respekt und weil i ned was ob ich es dort überhaupt hin schaffen könnt und ich mich dann eh schon siach beim @Hofer@ an der Kassa oder @so@ @(.)@, aber ja, es ist a diese Angst bei dem Studium wegen dem ständigen Druck den man hat und dass man dann immer was publizieren müsst, an Büchern oder so und dass ich mir dann denk, eigentlich wüll i nur sechs Tag arbeiten und dann einfach Zeit haben, für Sachen die mich interessieren und ned ständig unter so einem Erfolgsdruck stehen, was i halt befürcht, wenn i mei Studium wirklich fertig mach und dann in dem Bereich arbeiten will.

Af Ja, das Problem ist halt dass irgendwie auf der Universität oder ich weiß nicht, auch auf der Fachhochschule, man, man wird ja nicht ausgebildet in irgendeinem Beruf, sondern ahm, man kriegt ja irgendwie ein Wissen, und das muss man sich auch selber aneignen oder eben in den Vorlesungen kann man halt auch was mitnehmen oder was ergänzen, aber es sagt dir ja

keiner ja keiner, dass, du bist dann, eben wie wenn man Jus studiert zum Beispiel, oder irgendwie auch, weiß nicht, wenn man Lehrer wird, aber vom Anthropologiestudium was ist man da nachher,

Df @Ja@.

Af Und drum glaub ich so, dass, da denk ich auch oft wie, wie kann ich das einmal in Geld verwandeln,

Df Hhm,

Af Und ich seh mich auch beim Bipa vielleicht, an der Kassa, oder so vielleicht, das ist was was ich mir irgendwie vorstellen kann,

? @(.)@ ((mehrere))

Ef Ja.

Af Mhm, genau.

Bf Ich glaube aber auch, dass wenn man was spezifisch macht, wenn die Aussichten vielleicht nicht so gut sind, aber man, man macht das und man will das halt machen, es findet sich bestimmt was, so Nischen, Orte, Nischenstelle, aber, ich glaube nach dem Studium man besitzt schon ein gewisses Niveau, das man auf keinen Fall an der Kassa oder so was Ähnliches macht.

Cf Ja.

Bf Ich, ich will daran nicht glauben und ich glaube das passiert auch nicht.

Af Nein.

Ef Naja, aber wenn dann wirklich Tausende das gleiche Studienniveau haben und es gibt dann für drei Leut wirklich an Beruf in dem Bereich,

Bf L Weitersuchen, weitersuchen.

Af Man muss sich dann auch irgendwie so weiter verändern, also man kann nicht erwarten, dass man genau das jetzt bekommt was man sich vorstellt, sondern muss man dann irgendwie schaun,

Cf Ja.

Df Kompromiss.

Af Ja, genau, Kompromisse eingehen und,

Cf Ja, aber auch wenn man nicht arbeitet, man hat ja trotzdem was davon,

Af Man hat ja eine andere Weltanschauung, ein @bissi was@.

Große Aufgeschlossenheit zeigt die Gruppe gegenüber Immigranten. Die große Toleranz der österreichischen Studentinnen wird nur durch die Opposition einer ausländischen Studentin differenziert. Hinsichtlich der Integrations-Thematik gibt es einerseits Versuche der Einflussnahme und anderseits klare Abgrenzungstendenzen von den konservativeren Einstellungen der Eltern, aber auch von einer unkritischen, „einfach gestrickten“ Gesellschaft. Die Toleranz der Gruppe dokumentiert sich nicht zuletzt durch den Vorschlag von Türkisch als Amtssprache oder durch den Wunsch nach mehr zweisprachigem Schulunterricht. Grundsätzlich zeigt sich ein angstfreier Umgang mit dem Thema der Integration durch persönliche, positive Erfahrungen mit ImmigrantInnen (Passage „Integration“, 293-344):

Af Ich denk halt, jede Sprache, die verloren geht, das find ich schade,
Ef Ja.
Af Und weil auch so viel Kultur verloren geht und ich bin auch dafür, dass jeder, also wenn man nach Österreich kommt, dann deutsch lernt natürlich, weil du musst ja, das ist jede Sprache, Amtssprache und du musst sie beherrschen, wenn du auf die Universität gehst, da hast meistens Deutsch und so, aber es ist, ich stell mir dann immer vor, was würd sein, wenn ich wohin geh, ich würd zum Beispiel gern nach Portugal, ja, und gleich mit Freund und Familie und Kindern, und so, was mach ich dann dort, ja, ich kann zwar portugiesisch, aber auch nicht so gut, gut, die Kinder lernen’s, aber wie soll ich mit ihnen dann sprechen? soll ich dann ihre Muttersprache, also ihnen verbieten, dass sie das lernen, und wenn jetzt, ich mein in Portugal, weiß ich nicht, wie die, die deutsche Einwanderung da ausschaut, aber wenn die also eben Wien, also, von Türken bewandert wird und sich die da niederlassen, dann könnte man doch deren Kultur hier weiterleben lassen, auf der Seite von deutscher und österreichischer Kultur, nicht?
Ef Ich find’s lustig, also lustig, dass man mehrsprachig aufwächst, das ist eine irrsinnige Bereicherung, man sagt ned, man hört jetzt auf die Muttersprache zu sprechen, oder so, wenn ich,
Cf Oft ist es eh so, dass dann das Kind in der Familie die eigentliche Muttersprache spricht und außerhalb der Schule dann ( ) Deutsch.
? Mhm.

Df Ja, ja, eh.

Cf Also, so gesehen, geht dann sprachenmäßig eh nicht verloren, bei einer Kultur, da eher. weil eben nichts da ist, um es ausüben zu können.

Ef Aber dann fragt sich, was ist jetzt Kultur überhaupt, beziehungsweise verfestigen sich die Leut, wenn sie nach Österreich kommen in diesen neuen Umständen sowieso noch mehr auf traditionelle Elemente, als sie es vielleicht noch gemacht haben, als sie noch im eigenen Land waren. also grad weil alles fremd und anders ist und weil man quasi zurückgeworfen ist auf das was man hat, also ich glaub ned, dass das verloren geht dadurch, und ich glaub auch ned, dass es so einen Assimilationsprozess gibt, dass jetzt dann alle Österreicher werden und des ist dann alles sowieso ned mehr auseinander zu halten und ich glaub auch dass eine Mischform entstehen wird einfach, eine interessante neue, und dass das a ned nebeneinander lebt, sondern sich einfach verwebt und i siach da ka Problem, aber meine Eltern @wahrscheinlich@ @(.)@, also es würd mich a interessieren, wenn i in der Stadt auf ein Gymnasium gegangen wär, hätt i des super gefunden, wenn ich zum Beispiel türkisch gehabt hätte, oder so, weil es mi als @Österreicherin@ interessiert hätt so eine Sprache zu lernen.

Af Ja.

Ef Und,

Af Und auch wegen den ganzen Handlungsbeziehungen. ich seh das schon wieder einmal zweckmäßig.

? @(1)@ ((mehrere))

Aus dem Integrationsdiskurs entwickelt sich eine Diskussion über die Rolle der Medien bezüglich der Migrations-Thematik. Vor allem die auflagenstarken Tageszeitungen werden wegen einseitiger und manipulativer Berichterstattung heftig kritisiert (Passage „Integration“, 77-193):

Cf Aber das ist das Problem mit den Medien. weil Zeitungen, die Kronen Zeitung und Heute, da heißt es immer nur, Ausländer, ein Serbe, ein Türke hat einen Österreicher zusammengeschlagen oder eine Gruppe, was weiß ich was, dann wird das so geschult, dass immer diese Gruppen immer ganz schlecht sind, die sind

böse und man hört fast nie, wenn ein Österreicher irgendwas gemacht hat. und man hört sowieso nur die schlechten Sachen in diesen Zeitungen, und dann wird das auch immer so vorgehoben, das macht einfach ein furchtbares Bild, weil irgendwie glauben jetzt immer alle wenn wo eine Gruppe Türken ist, dass die immer gleich wen zusammenschlagen wollen, oder so.

Af Jah.

Cf Und das ist furchtbar. weil die ja bewusst damit arbeiten.

Ef Obwohl ich glaub in den Städten ist es eh ein bissl besser, also i komm vom Land, von einem Ort, der wirklich sehr isoliert ist, es gibt niemanden, der einen fremd klingenden Namen hätte, oder irgendwelche Verwandten @irgendwelche Wurzeln außerhalb Österreichs hätten@, also ich komm aus einer sehr rassistischen Familie und das ist echt schwierig und ich krach einfach ständig, also sobald ich ham fahr wird gestritten und dann fahr ich wieder, das ist, also vor allem seit ich Anthropologie studier, wo man ständig damit konfrontiert wird, weil einem dann wirklich viele Sachen auffallen und Argumentationen und man merkt, um Gottes @Willen@ war da nur die Kronen Zeitung mitten drin, ist des des anzige Medium, das sie halt @heranziehen@ um überhaupt irgendwas zu erfahren, und dann Argumentationen wie, naja, das lesen ja so viele Leut, das ist ja sicher richtig, was da drinnen steht und dann wenn i dann halt irgendwas zurückargumentier, dann sagns, na glaubst ned du, dass du von den Medien manipuliert @bist. und ich denk dann@ obwohl du kannst es ja ned wissen, vielleicht werd i eh gleich manipuliert an der Uni @(.)@, weil i war ja a ned durt, wenn jetzt irgendwas hör, und sie sagen dann halt so, woher willst du des wissen, das ist halt echt schwierig, und, und, Argumentation hilft da gar nix, vor allem wenn meine Eltern, also mein Vater arbeitet halt bei ( ) ((Firma)) und da ham's halt viel Bosnier und er mog sie olle, und i sag dann immer, was hast du eigentlich für a Problem, dann sagt er, na, die drei sand eh ok, aber @alle anderen@, die sand ja die Ausnahmen, und alle die sie kennen, ist halt die Ausnahme. und, also, da frag ich mich echt, wenn man eh schon empirisch merkt, ok, das widerspricht dem was in der Zeitung steht, glaub ich trotzdem noch der Zeitung mehr, als den

Leuten mit denen ich zusammenarbeit und die ich gern mog. und da denk ich mir echt, um Gottes Willen, was ist das für eine starke Ideologie dahinter, die so, die so darüber hinweggeht, dass das vielleicht mein Freind ist oder so, wo i dann halt sog, die Kronen Zeitung sagt du bist schlecht, dann bist du auch schlecht. @(.)@, also das merk ich ganz stark.

Af Also ich hab ja im Standard letztens gelesen, dass also, nicht sehr genau, ja, ich kann das jetzt nicht ganz genau wiedergeben, aber irgendwie so online, dass eben es hat eine Studie gegeben, und die hat herausgefunden, dass muslimische Kinder gewalttätiger sind als christliche nämlich.

Ef @(.)@

Af Ja. genau.

Ef Eine super Studie, überhaupt.

Af Überhaupt. ja.

Ef @(1)@

Af Das kann ja nicht sein, und, ja,

Bf Es gibt so, sobald man einen Menschen nicht kennt, ist er fremd, fremd gleich schlecht, aber wenn man den schon reinlässt, in Circles, dann sieht man den ganz anders zum Beispiel. aber anderseits, es gibt solche Gruppen, die, die, die nicht weiterstudieren oder lernen möchten und die Sprache nicht lernen möchten und die in der Kriminalität sind, und dann, die sind ja repräsentativ, nicht repräsentativ, aber wenn man ein bisschen anfängt von der Einwanderung, die Ausländer nicht generell so hier haben will, dann schaut man auf die, diese repräsentative, diese, nicht repräsentative, diese,

Ef Was Gutes wird eh ned geschrieben in der Kronen Zeitung, weil da könnten die Leut ja dann verwirrt sein. @(.)@ das ist ja das Böse, also, ich hab da glaub ich noch nie was Positives gelesen, sondern immer nur immer in Bezug auf,

Cf Die Leute werden immer gehalten wenn man ihnen Angst macht,

Ef Na sicher, eh kloar. sonst würd die Kronen Zeitung eh ned so gut funktionieren.

Cf L Sonst hat man keine Macht über sie.

Y1 Ja, also, im Sinne von Einschüchterung?

Ef ( )

Cf Ja, genau, deswegen stehen ja auch immer nur schlimme Sachen drin und keine, keine guten,

? Mhm. ((mehrere))

Cf Und ned nur immer wo man geschockt ist oder sich drüber fürchtet und deswegen ist ja in der letzten Wahl so viel zur FPÖ gegangen, weil einfach die Zeitungen das super gut geschürt haben und damit wird die Bevölkerung so gehalten und,

Y1 Inwiefern gehalten?

Cf In dem sie nichts hinterfragen, indem sie nur was lesen, dann glauben sie, das stimmt jetzt, weil die Zeitung ist so toll und keine Ahnung,

Ef Und sich dann noch mehr abschotten und dann kommt ja dieses Sicherheitsdebatte rein.

Cf L Ja, genau.

Y1 Sicherheitsdebatte?

Cf Und sie dann auch selber keinen Schritt zugehen wollen zu den Immigranten und selber mal persönlich schaun wollen, wie das ist,

Ef L Ja.

Cf Und weil sie schon selber eine fertige Meinung haben und es ist ja auch schon ganz toll und leicht, wenn man schon eine fertige Meinung hat, sich selber keine bilden muss und das ist so Allgemeinverblödung.

Ef L Mhm.

Y1 Mhm,

Af Und da denk ich mir auch wieder, wenn du dann im Hörsaal sitzst und ja, jeder sitzt drin und schaut zu und du hast keinen Austausch und du brauchst eigentlich gar nicht nachdenken und dann ist es daheim genau so, da hast dann die Kronen Zeitung,

Ef L Ja, genau.

Af Passt und so. und dann lebt man so dahin und dann, schrecklich.

Cf Jetzt fehlt der kritische Blick, der geht irgendwo immer mehr verloren.

Af L Ja.

Cf Und so Austausch, deswegen werden auch Diskussionen immer wichtiger für die Themen und dann wenn man was fördert und wenn man was liest und dass man auch in der Schule lernt, also ich hab auch in Deutsch gehabt, dass was lesen und dann kritisch drüber gesprochen haben dann und das finde ich unglaublich

wichtig.

Bezüglich des Fernseh-Konsums stellt sich ein differenziertes Bild dar. In der Gruppe befinden sich u.a. Nicht- und Wenigseherinnen. In der Medienkonsum-Passage ergeben sich aber interessante Verbindungen zu den in der vorhergehenden Diskussion angesprochenen Themen. Das TV-Gerät wird beispielsweise zum Beziehungs-Bindeglied. Die „Soaps“ werden zwar inhaltlich eher abgelehnt, dienen aber als Bindeglied zu Freund oder Familie. Die Studentinnen berichten von einer Vergangenheit, in der sie teilweise inhaltlich uninteressantes Programm zugunsten der gemeinsamen Rezeptionssituation mit Familienmitgliedern ansahen. Nicht die parasoziale Interaktion mit TV-Personen war hier Nutzungsmotiv, sondern die reale Interaktion mit Mutter oder Schwester (Passage „Medienkonsum“, 12-49):

Df Sturm der Liebe,
Y1 Sturm der Liebe? ja, ok, warum?
Ef @(1)@
Y1 Bitte?
Df Mein Hund steht @halt drauf@.
Y1 Sturm der Liebe, warum? ja, ja,
Df Meine, meine Mama hat das immer geschaut.
? L @(2)@
Y1 Ja,
Df Meine Mama hat das immer rennen gehabt,
? @(2)@ ((mehrere))
Df Ich find’s eh cool, sie mag’s, für mich war das eine Qual, ich hab das überhaupt nicht gepackt.
Y1 Ja,
Df Aber, ja, mhm,
Y1 Ok, ok, und warum? was, was?
Af Ja, ich muss @zugeben@, dass ich mir das am Anfang auch angeschaut hab und das war dann irgendwie, ist zu etwas geworden, was eben meine Mama und mich verbunden hat,
Y1 Aha,
Af Da sind wir gemeinsam vor dem Fernsehen gewesen,
Y1 Aha, interessant,
Af Und wenn du einmal nicht geschaut hast, dann so, Mama, was ist da letztens passiert?

Y1 @(.)@

Af Ist die mit dem zamkommen, oder was? ( ) aber das war mehr, aber auch zum Beispiel Reich und Schön war auch,

? @(1)@ ((mehrere))

Af ( ) und meine Schwester und ich sind da einfach heimlich vor dem Fernseher gesessen, wir haben nicht fernsehen dürfen, das hat uns halt auch immer zusammengeschweißt, wenn eine dann, war das noch in der Volksschule noch? wenn dann eine einmal später heimgekommen ist von der Schule oder in der Unterstufe, dann, du, hast du das gesehen, was ist passiert? oder so,

Y1 Mhm, mhm,

Af Aber jetzt schau ich es nicht mehr an.

? @(.)@ ((mehrere))

Direkte Analogien zwischen der eigenen Lebenswelt und den TV-Programmen werden explizit von der Gruppe angesprochen. Als Beispiele dienen „Sex and the City“ und “Beverly Hills 90210“. Filmische Szenen ähneln den fiktionalen, von Beziehungsanbahnung bis hin zum Leben in der Wohngemeinschaft. Der explizite Wunsch nach mehr Freunden und dem positiven, freundschaftlichen Zusammenhalt in der letztgenannten Serie verdeutlicht die inhaltliche emotionale Relevanz. Identifikationsmöglichkeiten mit Charakteren, die einem entsprechen, mit welchen glaubwürdige Ähnlichkeit empfunden wird, illustriert das Beispiel „Scrubs“ (Passage „Medienkonsum“, 76-126):

Bf Beverly Hills, ja,

? @(1)@ ((mehrere))

Bf Ich sage immer, dass mein Leben hier wie Beverly Hills auf europäische Weise sozusagen ist, (zwei junge Freunde, zwei junge Mädchen) reisen zusammen, studieren zusammen, und natürlich fast 24 Stunden sieben Tage die Woche zusammen verbringen, da ist wirklich Lustiges dabei. Schillerstraße hat mich eher Deutsch gelernt, ich weiß nicht, ob sie die kennen?

Y1 Schillerstraße, ja?

Bf Schillerstraße, ich hab da gesagt, wenn ich mal auf Deutsch Witze versteh, dann kann ich schon Deutsch,

Ef @(.)@

Bf Weil die reden sehr, sehr schnell dort und,

Y1 Und das hab ich nicht verstanden? das ist so ähnlich wie in ihrem Privatleben?

Bf Genau. wie jetzt hier.

Y1 Eine ähnliche Gruppe, oder wie?

Bf Gruppe, und sehr ähnliche, diese Zusammenhalt. und diese jugendliche Gefühl, vielleicht Erlebnisse auch, ja,

Y1 Ja,

Bf Und Sex and the City,

Y1 Aha, ja,

Bf Weil man auch einige Momente bei uns, bei mir wiederfindet und egal wie alt man ist 40 oder 20 und man hat fast immer die gleichen Probleme, oder, ja,

Y1 Die Serie oder der Film? oder beides?

Bf Serie, Serie, Serie.

Y1 Serie,

Bf Serie. Film nicht, und das ist auch ein bisschen klar entspannt, 45 Minuten vor dem Schlaf zu sehen,

Ef @(.)@

Bf Bevor ich schlaf.

Y1 Ja?

Df Ich hab schon ur lang nimma gefernseht. das Ganze, wenn ich in Oberösterreich bin,

Y1 Ja,

Df Was mir eigentlich gern anschau, ist Scrubs,

Y1 Scrubs?

Df Ja. aber wahrscheinlich weil all diese Charaktere irgendwie übertrieben sind, jeder auf seine Weise halt, jeder ist anders und voll übertrieben, ich kann mich wahrscheinlich voll mit der Hauptfigur identifizieren, mit der J.D. ((englisch ausgesprochen)),

Y1 Was ist die?

Df Dieser Assistenzarzt halt, ja, so irgendwie verrückt und tagträumend hat er halt so, äh, also er träumt sich halt immer wo anders hin so, er denkt halt immer so viel nach und so, und wahrscheinlich, und das find ich immer total lustig so was dann zum Schluss rauskommt, wahrscheinlich für den, daher kann ich ganz gut mit dem.

Y1 Ja,

Df Ja.

Starkes Interesse am Immigrationsthema, persönliche türkische Freunde und die Rezeption von „Türkisch für Anfänger“ sind ebenso ein Beleg für die Verbindung von „realem“ und „fiktionalem“ Leben. Anspruchsvolle Filme werden mit der Ausnahme von „Dogville“ nicht erwähnt. In dem spezifischen Fall ist aber ebenso die große Ähnlichkeit der Filmhandlung mit den Schilderungen der eigenen Situation und der Entfremdung dem eigenen Heimatdorf und der Bevölkerung gegenüber hoch interessant.

Das Reality-Genre wird großteils negativ gesehen. Als polarisierendes Beispiel dient „Saturday Night Fever“ auf ATV, das für den Großteil der Gruppe zu real-negativ, inhaltsleer und somit peinliches Abbild der tragischen Realität ist. Andere Reality-Formate, wie Talk, Gerichtsshows oder Coaching-Formate wurden in der Vergangenheit teilweise mit Interesse rezipiert. Anfängliches Interesse wich aber der Ernüchterung, da diese Formate als unauthentisch eingestuft werden. Da es sich um gestellte Szenen handelt, wird den Produktionen auch kein Bezug zum eigenen Leben und auch keine Lernfunktion attestiert.

Mit „Chatroulette“ wird eine Internet-Form der zwischenmenschlichen Interaktion diskutiert, das aber nur eine Diskutantin kennt. Die anderen Teilnehmerinnen zeigen ein gewisses Interesse. Anspruchsvolle Web-Inhalte wie „TED“ werden zwar in die Diskussion eingebracht, lösen aber in der Gruppe keinen weiteren Diskurs aus.

8.6.8 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studentinnen II“

Während des Studiums machen sich die Studentinnen Gedanken über ihre Berufsmöglichkeiten, die allerdings durch die theoretische Ausrichtung des Studiums und durch teils unklare Berufsaussichten und Berufsbilder belastet sind (Passage „Berufliche Unsicherheiten und Aussichten“, 70-112):

Bf Ja, also ich studiere Politikwissenschaft und, also i hab a irgendwie das Problem, i kann mir ned vorstellen, i studier jetzt, was i ned, fünf Jahr, dann hab i den Master und dann arbeit i in genau dem Bereich, weil irgendwie man studiert halt aber es sagt einem kana, was man jetzt konkret mit dem Studium machen kann und es ist, also vor allem Politikwissenschaften man muss die ganze Zeit nur denken,

? Mhm.

Bf Und irgendwie Theorien aufstellen aber man kann nix machen, irgendwie und i was ned, man sollt im Studium schon a bissl

ausgewogen sein, dass man manchmal ja, vielleicht, i hob eben erst die Studieneingangsphase gemacht und vielleicht, wahrscheinlich wird's dann eh no praktischer aber derzeit, i was ned, des ist halt wirklich nur Theorie, die man irgendwie in seinen Kopf hineinfüllen soll, irgendwie. @(.)@

Df Ja, also, i schließ mich euch an.

? @(1)@ ((mehrere))

Df I bin a auf der Uni, in Französisch und Soziologie und hab dann halt a versucht, mit den Leuten drüber zu reden, die in scho in höheren Semester sand, aber die ham gesagt, hmh, i was no ned, was i machen werden. mal schaun, und wir ham eh noch Zeit. aber des hat mi im ersten Semester muss i sagen, mehr belastet, einfach weil i verloren war, und ja, weil mir kana gsagt hat, hey, du machst was Tolles, da hast ja richtige Aussichten, sondern jeder so, und, was willst werden?

? @(1)@ ((mehrere))

Df Ah, was i ned, wieso machst as dann? na mi interessiert's, dann kriegt man halt scho dieses Feedback von, wast du überhaupt was du tuast? das verunsichert einen dann schon.

Y1 Das verunsichert? ja,

Df Ja.

Y1 Also, verloren irgendwie? und verunsichert? ahm und Informationen holt man sich eher von Kollegen?

Df Genau.

Y1 Also Höhersemestrigen? der a bissl a Netzwerk hat, oder wen kennt, oder so?

Df Wenn man die, die Proseminare alle macht, ja klar, dann tauch man schon tiefer ein eigentlich in die ganze Thematik, ja, des hilft dann nur, irgendwie in den Bereich einzutauchen, aber des wird di a ned dein Job näherbringen, also mir kommt des halt so vor. sicher zeigt man Interesse und i wird immer mehr bestätigt, dass i da richtig bin, dass i des gern tu, dass i des wirklich, dass i des mit Freuden studier, aber irgendwie hab ich schon, bin i scho sehr unsicher.

Die Ausbildung soll zu einem erfüllten Berufsleben führen. Diese Idealvorstellung ist durch die realen Rahmenbedingungen gefährdet und die Aussichten auf berufliche Selbstverwirklichung nicht garantiert. Zur Orientierung sind informelle Kontakte

mit anderen Studenten wichtiger als Hilfestellungen von der Universitätsorganisation oder dem Lehrpersonal. Die Sinnhaftigkeit des gewählten Studiums wird hinterfragt und alternative Lebenswege angedacht.

Neben relativ unsicheren beruflichen Perspektiven kommt die Frage der Eigenverortung hinzu. Die Studentinnen stehen zwischen den Lebensphasen der Jugend im Elternhaus und dem Aufbau des eigenen, unabhängigen (Erwachsenen-) Lebens. Dabei befinden sind die Studentinnen noch zwischen den unterschiedlichen Bezugswelten. Sie schwanken zwischen „erwachsener“ Abgrenzung und „kindlicher“ Zuwendung. Aus der eigenverantwortlichen StudentInnensituation wird die Kontaktpflege mit der elterlichen Heimat zum wohltuenden Ritual und zur (Zeit-) Reise zurück in die „sichere“ Kindheit. Eine konsistente Definition von Zuhause gelingt in der Gruppe nicht, da die Lebensumstände zu unterschiedlich sind. Schon in der „Zuhause“-Passage drückt sich der Stellenwert von Beziehungen für die Studentinnen aus (Passage „Zuhause“, 16-171):

Af In dem Sinne, dass zum Beispiel, wenn ich, also, als ich ein Auslandssemester gemacht hab, da ich zum Beispiel oft nicht wusste, wenn ich sage, ich fahr nach Hause, oder ich fahr heim, was mein ich damit? welcher Ort ist es? ist es der Ort an dem ich aufgewachsen bin und? ja, also, wo ich gelebt hab oder ist es der Ort an dem ich geboren wurde oder ist es der Ort wo grad mein Studium läuft?

Y1 Mhm,

Af Oder ist es nur dort, wo mein Auslandssemester jetzt ist?

Y1 Mhm, ja,

Cf Ja, das find ich interessant, weil des war bei mir a immer. I hab gesagt, ich fahr nach Hause und alle ham gesagt, ok, manst jetzt deine Wohnung in Wien oder da wo’st eben geboren bist in Niederösterreich? und des ist für mi a immer so a, vor allem am Anfang vom Studium, i man jetzt i was i gehör nach Wien, aber irgendwie zu Hause ist doch noch immer Niederösterreich,

? L Ja, das versteh ich,

Cf Obwohl ich schon seit sieben Jahren da bin, aber ich könnt ned sagen, ich bin a Wienerin. ja.

Ef Ja, i sag a immer, also des ist für mich ziemlich klar getrennt.

Cf L ( )

Ef Zuhause ist dort,

Cf L Wo man aufgewachsen ist,

Ef L @Wo mei Mutter wohnt.@

Df Oder der Freund.

Ef Jo.

Df I bin a in Niederösterreich aufgewachsen, ahm, wie i dann nach Wien gekommen bin und i bin in Wien zaus. und i bin erst seit an Jahr in Wien.

Ef Ja. ja es ist, des Zaus ist aber jetzt ned wertend irgendwie gemeint, also wenn ich sag, wenn i in Wien zu wem sag, i fahr jetzt nach Haus, dann, zum Beispiel nach dem Fortgehen, dann man i scho mei Wohung,

? @(1)@ ((mehrere))

Ef Wann i dann so mit Leit, so mit Leuten red, so i fahr jetzt die nächsten paar Tage zaus, dann wissen die genau,

Cf L Genau.

Ef Was i man.

Cf Genau, ja, ja. des sand halt so die Wurzeln irgendwie, für mi halt zumindest, also, die Familie und wo man aufgewachsen ist, ist halt so die Wurzeln. quasi.

Y1 Die Wurzeln, des irgendwie wo die Mutter wohnt war da?

Ef Ja, also i hab des Glück, dass fast meine ganze Familie ja an an Ort wohnt, aber das geht mir jetzt zu sehr in Richtung Familiengebundenheit, weil des bin i ned, ich fühl mich sogar im Gegenteil sogar ziemlich entwurzelt von Zuhause, aber, aber vielleicht ist das auch das Wort, das ich verwend für, wo i hinfahr, Zaus. des ist so, vielleicht hab i’s nur so benannt ohne dass das vü, a großer Sinn dahinter steckt, dass i sehr gebunden bin an, an, ans Elternhaus.

Y1 Na, ok, ah, entwurzelt, also, sie fühlen sich jetzt eher entwurzelt? also?

Ef Ja, aber, das ist ok so. @(.)@

Y1 Aber das ist ok so?

Ef Mit entwurzelt man i dass i, i bin zwar erst mit 18 ausgezogen, aber durch schon sehr lange Probleme ((stöhnt)) mit meinen Eltern, hab i scho als Frühpubertäre gelernt, dass i meine, meine eigenen Sachen mach, und i bin dann ausgezogen, weil’s unerträglich

Zaus @geworden ist@ und ahm, ja, seit i auszogen bin, is besser.

Y1 Aha, also, ja, na ok, mhm,

Df Ja, also Zaus oder Daham is für die ned des wo du di wohler fühlst sondern einfach geboren?

Ef Genau, des ist einfach des Land.

Df Ok.

Cf Ja, des ist bei mir a so.

Ef L Ohne, dass i a Sache besser oder schlechter bewerten könnt.

Cf Also wohnen wollt i jetzt nimmamehr in Niederösterreich.

Ef @(.)@

Cf I bin, glaub ich mit 21 oder so ausgezogen, weil i einfach selbstständig sein wollte. und, aber irgendwie ist es ned schlecht, wenn man hin und wieder dorthin fahrt,

? Schon.

Cf Raus aus Wien, a bissl.

Ef Genau.

Y1 Ja,

Cf Frische Luft @und so@

? @(1)@ ((mehrere))

Y1 Und ja?

Cf Ja, ja, (3) @(.)@

Y1 Ja, na, na es war nur witzig, weil entwurzelt ist ja eher oft, ah, hat ja oft eine negative Bewertung? manchmal?

Ef Ja, ja.

Y1 Oder in dem Fall nicht, oder? also, das,

Ef Ja, das ist für mi ((stöhnt)), assoziiere ich das mit Unabhängigkeit eigentlich,

Y1 Also, also, auch bei ihnen? ich woll halt einfach weg, und i wollt mei eigenes Leben und dann, und des ist auch gut so auf die Art? na?

Ef Ja, na i bin jederzeit willkommen und des,

Y1 Zuhause?

Ef Ja, ja. es ist, ich kann jederzeit kommen. ja, also, die Mutter wird a froh gewesen sein, @dass i weg war@,

? @(1)@ ((mehrere))

Ef Aber, jetzt fragt’s scho immer und ja, @(.)@

Y1 Was fragt's jetzt immer?

Ef Na wann i wiederkumm, also sie hat da eh a Gfühl dafür entwickelt, wann i viel Uni hab und wann's fragen kann weil und ja jetzt kumm i a gern. zu ihr. und zu mein Vater und zur ganzen @Bagasch@.

? @(1)@ ((mehrere))

Y1 Und ungefähr wie oft wird die Heimreise angetreten sozusagen?

Ef Je näher die Prüfungszeit rückt, desto weniger wird das, ahm, i sag jetzt einmal, im Durchschnitt jeden Monat ein paar Tag.

Y1 Aha,

Ef Oder no weniger, in der Prüfungszeit geht's no weniger.

Y1 Wann sozusagen a Stress ist in Wien, dann ned, dann wann's besser rennt, dann,

Ef Genau.

Y1 Wenn mehr Zeit zur Verfügung ist,

Ef Genau. auf an Tag, schnell, schnell, fahr i ned raus auf's Land, irgendwie da ist für mi ka @Sinn@.

Bf Bei mir is eher so, für mi, wann i nach Oberösterreich ham fahr, dann is eher so, wi a Urlaub, weil i bin halt alle sechs Wochen vier Tag daham, bei der Mama und die Mama kocht oia was i haben wü und macht an Kuchen und es ist halt so, wenn i zum Beispiel beim Arzt bin, und i muss mei Adress irgendwo in a Formular schreiben, dann obwohl Wien ned, also nur Nebenwohnsitz ist,

Cf Mhm.

Bf Schreib i immer die Wiener Adress eini, und des is scho irgendwie bezeichnend, dass i halt automatisch scho die Wiener Adress schreib, weil i wohn eben mit mein Freund zam und es ist halt quasi scho mei eigener Haushalt, und i mach alles selbst, das ist für mich wie mein Zuhause und daham ist eher wie Urlaub, und halt Familienbesuch,

Y1 Mhm, und da sand sozusagen die normalen Dinge, die man so machen muss, gelten dann da nimmer so ganz, da ist man dann a bissl entlastet a vielleicht, oder so?

Ef @Jo@ wenn sich halt Mama und Papa gfrein, dass man @wiederamal daham ist@

Y1 @Ja@, ja, mhm, (2)

Gf Also für mich ist Zuhause irgendwie nicht an einen Ort gebunden,

es hat für mich eher mit so einer Selbstverständlichkeit zu tun, also dass ich, mhm, ich glaub nicht, dass ich's an einen Ort binden könnte, so deswegen hab ich das, was du meintest mit Entwurzelung für mich ist das eher ein negativ konnotiertes Wort, also,

Cf Mhm.

Ef Ja, ja,

Y1 Welches Wort ist negativ konnotiert?

Gf Entwurzelung.

Y1 Entwurzelung, ja, ja eh, drum war das ja so interessant, dass das eigentlich anders gemeint war. und, und wie ist es für sie? ah,

Gf Na, mich hat's halt ein bisschen durch die Welt getrieben und ich such eigentlich noch immer nach einem Ort wo ich zu Hause bin, also, da wo ich herkomm, das hatte so eine, mhm, das hatte so ne Selbstverständlichkeit, von daher war es ein Zuhause, aber wenn ich jetzt dorthin zurückkehre auf Urlaub, dann ist es das eben nicht mehr, es ist ein fremder Ort, und seither ist es, gibt es keinen Ort, oder könnt ich es an keinem Ort festmachen wo es ein Zuhause gibt. ich glaub, der Ort ist dann eher eine Räumlichkeit, also wo eher so Mikrokosmos, eher ne Wohnung oder so etwas,

Cf Mhm.

Gf In der ich mich wohl fühl. Ich könnt's also nicht in der Gesamtheit von ner Stadt sehen.

Zuhause ist man am ehesten dort, wo die Hauptbeziehungen stattfinden. Früher waren das die Eltern, jetzt können es Lebenspartner oder gute Freunde sein. Vor allem für die internationalen Studentinnen, die an ihrem Studienort noch nicht in ein stabiles Beziehungsnetz eingegliedert sind, ist die emotionale Ortszugehörigkeit eine offene Frage.

Die beiden oben genannten Aspekte lassen sich als eine generelle Suche nach Orientierung und Sicherheit interpretieren. Sowohl die berufliche als auch die private Zukunft ist in Bewegung und dadurch mit einem großen Unsicherheitsaspekt belastet.

Die dominierenden Themen sind Beziehungen und Freundschaften. Dabei werden sehr viele unterschiedliche Aspekte angesprochen. Ein Beziehungs-Netzwerk ist für die Gruppe wichtig. Obwohl sich die individuellen Situationen und gedanklichen Zugänge unterscheiden, ist doch für die Gruppe allgemein das Eingebundensein in partnerschaftliche und freundschaftliche Beziehungen wesentlich. Die oben angespro-

chene relativ unsichere Verortungsfrage nährt zusätzlich das grundlegend große Bedürfnis nach Beziehungen. Das neu aufzubauende Leben abseits der elterlichen Sicherheit wird durch Beziehungen emotional stabilisiert und abgesichert. In der Realität werden die Studentinnen dabei aber mit Problemen konfrontiert. Wie begegnet man den Schwierigkeiten innerhalb von Beziehungs-Netzwerken, dass Freundschaften gleichberechtigt funktionieren und die eigenen Ziele nicht unterdrückt werden? Es geht um Fragen der Abgrenzung von den Wünschen der Freunde, um Emanzipation von der Familie und den Partnern und um die damit verbundenen Beziehungsprobleme wie Umgang mit Druck, Normen und Verhaltenserwartungen. Für die Studentinnen ist die Balance zu finden zwischen Abgrenzung und Nähe, zwischen Autonomie und Integration (Passage „FreundInnen“, 147-209):

Af Bei mir ist das so, dass wenn ich, also hier lebe und eine gute Freundin oder Freund sind weg, dann vermiss ich die wahnsinnig, aber wenn ich wo anders bin, aber es gibt natürlich dann so einzeln Situation, dass ich die Menschen vermisse, aber das finde ich, wenn man derjenige ist, der geht, und an einem ganz neuen Ort, dann ist das nicht das Gleiche, wie du bleibst hier und da ist eine Lücke,

? Mhm. ((zwei Teilnehmerinnen))

Af Mit wem gehst du ins Café ohne Freunde, oder

Cf Das ist der Unterschied, ja, das war bei mir auch so, dass wenn ich irgendwo auf Urlaub bin oder verreis oder so, dann @denk ich a, dass die Leut, die daham bleiben@

? @(1)@ ((mehrere))

Cf Der, der zu Hause ist und die anderen fahrn, dann ist es umgekehrt, du hast ja so deine Routine, mit dem gehst tanzen mit dem gehst immer auf an Kaffee und dann fehlt irgendwie ana in dem, was weiß ich, in dem sozialen Gefüge, aber wannst wo anders hingehst, da bist eh beschäftigt die ganze Zeit, na, also, da entdeckst was Neues und, ja, i glaub des ist der Unterschied,

? Mhm.

Cf Da muss man sich nicht zwingen dazu, dass man wen,

Ef Ja, das sowieso ned, aber i red, mhm, jetzt hab i mir was @eingebrockt@.

? @(3)@ ((lautes Lachen aller Teilnehmerinnen))

Gf @Aber vielleicht kann ich ja da einsteigen@

? @(3)@ ((ganze Runde))

Gf @Um ein bisschen auszuhelfen@, na bei mir ist es zwar ein bisschen anders gelagert, aber so soziale Beziehungen sind vor allem, so, seit ich in Wien bin, also, ist es zu so Unselbstverständlichkeiten gekommen und ahm, also völlig paradox, dass ich eigentlich soziale Beziehungen brauche im Leben aber eigentlich am besten alleine klar komme sonst gibt es,

Y1 Aha, als das ist, also, da muss ich nachfragen,

Gf @Sie können gerne nachfragen@ ( )

Y1 Achso @(.)@

? @(1)@ ((mehrere))

Y1 Nein, nein, eh, ich versuch's trotzdem, aber warum sagen sie, sie brauchen soziale Beziehungen?

Gf Mhm,

(13)

Gf Also ich glaub ich müsst die Frage anders formulieren, weil man befindet sich ja sowieso in der Gemeinschaft und an die natürliche Gemeinschaft, die sich ergibt, dass die mir zu schaffen macht, erst, also, ich glaub, ahm, in diesen Netzwerken, Familien, Freunden, Bekannten und so in denen man sich bewegt, ahm, (2) jetzt hab ich den Faden verloren, (2), also dieses Netzwerk das hält einen auch irgendwie, also, @das fängt bei einem banalen Beispiel@ an, Badminton kann man @nicht allein spielen@ @(1)@

? @(.)@ ((mehrere))

Gf Also das,

Y1 Ja, ja, mhm, (2)

Gf Also ich glaub ich hab mich auch, mhm (1) eigentlich sehr abhängig dem gegenüber gemacht, weil ich irgendwie mein eigenes Ich nicht wirklich entwickelt hab, also von da her sind eben diese, was sind Beziehungen, wie beweg ich mich in diesen Beziehungen, ahm, ziemlich wichtig geworden, vor allem seit letztem Jahr, seit eben, also es so nen totalen Zusammenbruch in ner Beziehung gab, in ner partnerschaftlichen Beziehung und eben ne Freundschaft und in der Freundschaft hab ich bisher immer so ne Selbstverständlichkeit erlebt und die ist dann komplett weggebrochen und von da her war's für mich ebenso n Punkt, ahm, wo ich dann auch so ne Art Soziophobie entwickelt hab und aber das, ich arbeite an mir,

? @(1)@ ((mehrere))

Ein Beziehungsnetzwerk ist erstrebenswert und wichtig, aber wer ein Teil davon sein darf ist eine weit kompliziertere Fragestellung. So wird die Auswahl von Freunden zu einem Grundproblem, das teils sehr vorsichtig angegangen wird. Es werden Menschen gesucht, die zur eigenen Lebenswelt kompatibel sind. Dabei geht Qualität vor Quantität. Das Internet ist Teil der Anbahnungsstrategie von Freundschaften und quasi „elektronische Extremität“ und „Schlüssel zur Außenwelt“, den man für soziale Zwecke benützen kann, auch wenn man introvertiert und schüchtern ist (Passage „FreundInnen“, 224-335):

Ef Ja, ich kann das schon nachvollziehen, also das hat sicher, dass i so denk hat sicher damit zu tun, dass ich jetzt nie der größte soziale Typ war, weil ich war eher so Beobachtertyp und hab jetzt meine Bekanntschaften immer sehr sorgfältig augewählt und ahm, deswegen, ah, wie mach i des jetzt weiter? hm, (2) genau, eben @weil@ diese Bekanntschaften so sorgfältig ausgewählt sind, schau ich dass die wirklich kompatibel mit mir sind, also, dass die mi wirklich ganz kennenlernen dürfen, also i kann ned sagen, den Freund hab i für des, oder den hab i für des, sondern die kriegen mi schon so als Gesamtpaket, die müssen a damit @umgehen, die Armen@.

? @(2)@ ((mehrere))

Ef Deswegen, ah, und wahrscheinlich denk i so grad, weil i die so aussuch, dass die zu mir passen, sollte sich doch so ein Gefühl einstellen, dass ahm, dass, dass sie mir fehlen, wenn sie ned do sand, oder wann sich aus irgend einem Grund so ein Treffen ned ergibt, wo man scho seit Monaten miteinander redet, was ich aber auch sagen muss, ahm, das Internet macht vieles leichter also Skype und Facebook und so, das ist so leicht, dass man kommuniziert mit wem und selbst wann man selbst nur einen klitzekleinen Kommentar zu einem Status schreibt, dann ist das schon Kommunikation und dann merkt man schon, es gibt noch wen, und das,

Y1 Mhm,

Ef Das, ah, das macht das Ganze schon ein bissl leichter ah,

Y1 Mhm,

Cf Ja, find ich auch, grad Facebook und so, da kann man die Leute schon irgendwie kennenlernen ohne dass man jetzt unbedingt der extrovertierteste Mensch ist,

? Genau, ja,

Cf Da musst ned sehr extrovertiert sein um da aber trotzdem Kontakte zu knüpfen,

Y1 Mhm,

Cf Das find ich, das ist a gute Sache,

Y1 Wie sucht man die Freunde dann aus?

Ef @Ahm@, also i beobacht dann meistens irrsinnig lang, und ahm, ich hab ja schon übers Internet Leute kennengelernt was für mi besonders als Pubertäre für mich ein ziemlicher Schlüssel zur Außenwelt war, weil i im wirklichen Leben hab ich mich nicht getraut auf jemanden zuzugehen und wenn man halt so Internet-Foren hat, und man liest was sie Leute so schreiben, kann man von vornherein so sich ein Bild machen, wie's, sand die mit mir auf einer Wellenlänge, sicher können's im echten Leben ganz anders sein, ja, aber das macht's einem ein bissl leichter, das Vorschnuppern, ahm, und so im echten Leben muss man halt zuerst einmal schaun, ja also, das Kennenlernen und wann i draufkomm, pfoah, der oder die, mit den Einstellungen kumm i ned zurecht, dann muss man @schaun@ wie man wieder @aussikommt@,

? @(3)@ ((mehrere))

Bf Also i, i erkenn mi irgendwie in dir wieder, weil i bin a so, also, i bin überhaupt a Mensch, der, also i bin ned so, dass i ein Mal in der Woche mit irgendwem fortgehen muass und mit Freundin einkaufen oder irgendwas, i kann guat mit mir alloan sein, also und, bei mir is a so, i hob, jo, drei, vier Freundinnen, die ich schon aus der Schulzeit kenn, und bei der i halt woas, die passn zu mir, und mit de kann is a länger aushalten, als am Abend ohne dass wir uns zerstreiten und irgendwie und i bin wirklich ned so, dass i ständig, zwanghaft auf der Uni oder so neu ständig neue Leute kennenlernen muss, es wollen aber mir so viele Leit einreden, dass des irgendwie abnormal ist, dass man niemanden kennenlernen will und dass man ja Freunde finden muss, aber,

Gf @(1)@

Bf Das hört sich jetzt egoistisch an, mir sand andere Leut irgendwie wurscht,

? @(2)@ ((mehrere))

Bf Jo, also mein Freind erzähl ich halt am Abend wie's halt war, was i gemacht hab und i bin ned so, dass i 100 Freunde hab mit denen i ständig irgendwas machen kann, jo.

Ef Ja, also des stimmt, also i hab a gehört, von allen Seiten, pfoah, auf der Uni na da geht's ab dann, ja, ok,

? @(.)@ ((mehrere))

Ef Man lernt wirklich die ganze Zeit neue Leute kenne, aber i muss bei den meisten in kürzester Zeit feststellen, Leute ihr interessiert's mich afoch ned, ja,

Bf Jo. jo.

Ef Für mi ist der Humor so a wichtiger Faktor und wenn die so an Blümchenhumor haben, jo, dann @(.)@

? @(.)@ ((mehrere))

Ef Mit solche Leut kann i gor ned, weil bei mir kommt so a beser Schmäh nach dem anderen,

Bf L Jo. jo.

Ef L Da muss ma amal zurecht kommen.

Bf Bei mir is a genau so.

Ef @(.)@

Bf Wann mi irgendwer nervt oder so, dann muss i ned die Freundschaft zwanghaft aufrechterhalten, damit mit neamt Streit hob, sondern dann lösch i die Telefonnummer und meld mi halt nimma. also,

? @(3)@ ((mehrere)) (2)

Y1 Ja, da könnte man jetzt überall nachfragen, es ist großartig,

? @(.)@ ((mehrere))

Y1 Es ist super, ja, vielleicht eine kleine Definition vom Blümchenhumor, das wäre vielleicht noch eine interessante Sache,

Ef Ja, ahm,

Gf @(1)@ (1)

Ef I überleg grad, ob's da irgendwas im Fernschauen gibt, was, was (1) es soll ned beleidigend sein für unsere deutschen Mitdiskutanten, aber manchmal, ich find manchmal den hochdeutschen Humor (1), na genau. i halt des ned aus, wenn wer

ka Ironie oder kann Sarkasmus versteht,

Gf Mhm,

Y1 Mhm,

Ef Also, wann da wer, was i ned, wann sie kana mehr traut politisch inkorrekte Witze machen, das ist, also,

? @(1)@ ((mehrere))

Ef @Das wirft jetzt a schlechtes Licht auf mi@, weil ich, i sag jetzt amal,

Gf @(1)@

Ef Deswegen ist es so wichtig, dass mi die Leut kennen, dass sie wissen, dass i ein total ethisch eingestellter Mensch bin und und so ernst man, böse Scherze, ja,

Zur Auswahl der FreundInnen werden verschiedene Suchstrategien diskutiert. Diskriminierungsvariablen sind die Art des Humors, Interessen, politische Einstellungen und Lokale, die wiederum bestimmte Wertesysteme repräsentieren oder einfach polarisierende Ausschließungsgründe sind. Für die vorliegende Arbeit ist hervorzuheben, dass Beispiele aus dem Fernsehen zur Illustration des bevorzugten Humors genannt werden. Vor allem der freche, ironisch-sarkastische Humor von Sendungen wie „Monty Python“, „Little Britain“, „Southpark“ oder „Family Guy“ werden von Teilen der Gruppe bevorzugt. Anspruchsvoller Humor wird als Indiz für Intelligenz und wesentliche Einstellungen herangezogen, um geeignete Freunde zu finden (Passage „FreundInnen“, 337-422):

Ef Ja, und a, i sag jetzt amal, i hob eher den Humor von „Monty Python“,

Y1 Ja, ja, ja,

Ef Ja, das ist so wirklich, das trifft so meinen Lachnerv, und ah, es gibt wieder Leit, die finden das wieder gar ned witzig, also für denen ist das zu schwarz, des is a in Ordnung, aber, ahm, aber für mi ist der Humor scho des, ans von den allerwichtigsten Kriterien nach denen i a Leute aussuch.

Y1 Gibt’s sonst noch a Beispiel im Fernsehen? also „Monty Python“ ist sozusagen, und was gibt’s no? irgendwie? sie ham’s angeschnitten,

Ef Schwarzhumorig?

Y1 Na, was gefällt ihnen? na, was Blümchenhumor ist vielleicht, die Gegenwelt? i was ned,

Ef I was ned, pfuh, ahm, (1) was gfallt mir no? „Little Britain“, @falls des a kennts@, @(.)@

? @(1)@

Y1 Little Britain, passt a so in die skurrile Welt?

Ef Ja, und ahm, (1) diese besen Sendungen, die auf MTV laufen, „Southpark“, und „Family Guy“ und diese ganzen Sachen, und, ahm,

Y1 „Little Britain“ vielleicht ein Wort oder eine Erklärung dazu?

Af Ah, doch, ich hab das kurz einmal gesehen.

Ef Das ist, des sand sozusagen eine Aneinanderreihung von Sketches und zwa, zwei Männer sind die Hauptdarsteller, die schlüpfen in jede Rolle, also die kommen in jedem Sketch vor, und der Humor geht manchmal ins Absurde, dass ich mir denk so, huh, wie kommt man überhaupt drauf? und ahm, sie greifen a sehr gerne so Themen wie Homosexualität auf und reizen das aus bis ins letzte Klischee, ja, aber ahm, aber mir taugt das ganz einfach, ja, weil i was ned, i find man muss nur, die, nur die Gsch, man muss irrsinnig, meiner Meinung nach irrsinnig gscheit sein, dass mans so deppert sein kann,

Y1 Und, und, sozusagen Humor, Beispiele über Fernsehen oder Filme und Humor ist sozusagen ein Punkt womit man Freunde bissl aussuchen kann,

Ef Ja.

Y1 Vorselektieren kann,

Ef Ja, ja,

Y1 So ein bissl,

Ef Ja, ja,

Y1 Ist es für die Anderen ah Thema, oder? wie, wie ist das?

Df Ja, würd ich schon sagen.

Af Da hab ich noch nie drüber nachgedacht,

? @(1)@ ((mehrere))

Y1 @Noch nie drüber nachgedacht@, aber da schon?

Df Ich kann mich mit der Nummer ganz gut identifizieren, mir ist des halt a scho passiert, dass i viel Witze gerissen hab, die dann nicht so gut angekommen sind. natürlich,

Gf @(.)@

Df Natürlich merk ich dann, ok, wird sind nicht auf der selben Wellenlänge, da wern wir uns noch öfter so anschauen gegenseitig,

Y1 Ja,

Df Und, ja, na klar, also, ja aber der Mensch ist ja immer wieder solche Meldungen zwischendurch reinhauen und klar kann das ein Hindernis für eine Freunschaft sein,

Y1 Ja,

Ef Also, i glaub, im größeren Feld ist das einfach mit einem anderen Menschen lachen können,

Df Ja.

Ef Wenn i ned mit an anderen Menschen lachen kann, dann, ja,

Cf Ja, weil i bin da gar ned so festgelegt auf eine bestimmte Art von Humor, i was ned, es ist so, wie du gesagt hast, mit wem lachen können,

Ef Ja.

Cf Aber i würd ned sagen, dass es unbedingt der Humor, oder der Humor oder britisch oder keine Ahnung was es da noch gibt, einfach nur dass die Chemie einfach stimmt,

? Ja.

Cf Und alles andere kommt dann eh von alleine, na,

Y1 Mhm, ja, (1) also die berühmte Chemie sozusagen, ob man, ob man, wie man den anderen spürt, oder, ob man zampasst, oder? (1)

Bf Also i find's in einer Freundschaft wichtig, dass man irgendwie die selben Interessen hat weil wenn mich dann a neue Bekanntschaft fragt, ob wir uns gemeinsam die Fingernägel lackieren,

? @(.)@

Bf Oder in Praterdome geh, oder i was ned was da no gibt, Lokale gibt, dann auf Dauer geht das dann einfach ned, weil

? Ja.

Bf I will mir ned wie andere Mädchen Gesichtsmasken mochn, und es ist halt scho wichtig, dass man persönliche Interessen hat, weil sonst kann man ja nie etwas gemeinsam machen,

Df Ich find, die Einstellung generell, also für mi ein Kriterium, also, wann i jetzt, sagen wir einmal, als typische Beispiel, nationalsozialistische Aussagen von jemandem hör, dann weich ich dem sofort aus.

? Mhm.

Df Des, also, ja, das Politische spielt auch rein.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Gruppenmitglieder sehr wertschätzend miteinander und mit den Problemen der anderen Diskutantinnen umgehen. Vorhandenen Unsicherheiten im Umgang mit Freunden begegnet die Gruppe im Diskurs mit großer Solidarität, Empathie und „moralischer“ Unterstützung. Sie beraten einander und unterstützen Autonomiebestrebungen einzelner Diskutantinnen in kollegialer und freundschaftlicher Atmosphäre. Es wirkt wie eine spontane Allianz der Frauen gegenüber einengenden Beziehungen zu Eltern, Partnern oder Freunden. Die Studentinnen leben auch im Moment des Diskurses ein beziehungsförderndes Verhalten. Es dokumentiert sich ein Bedürfnis nach Kommunikation von Beziehung.

Die Medienpassage hebt sich in der Gruppe der Studentinnen nicht von den anderen Passagen ab. Die Stimmung war schon in den vorhergehenden Passagen gut und geht einfach angenehm-positiv weiter. Es kommt im Vergleich zu anderen Gruppen (vor allem zu den vier Lehrberufsgruppen) nicht zu einer Art Erleichterung durch das Thema der Lieblingsfilme und -serien im Vergleich zu belastenden Realproblemen. Gemeinsamkeit und gute Stimmung wurde schon zuvor in dieser Gruppe hergestellt. Die Studentinnen arbeiten nacheinander ihre Lieblingsprodukte ab. Es kommt kaum zu punktueller interaktiver Begeisterung zu einem Medienprodukt und schon gar nicht zu aktuellen Kino- oder Fernsehproduktionen. Gemeinsamkeit wird damit kaum über die gleichen Medieninteressen hergestellt. Obwohl es auch die Nennung von Mainstream-Produkten kommt („Friends“, „O.C., California“, „Bill Cosby Show“, „Batman“), werden keine aktuellen Top-Serien oder Kinofilme genannt. Es dominieren ältere Programmkinotitel oder anspruchsvollere Nischenprodukte. Zu den romantischen Liebesfilmen zählen „Chocolat“ und „An Affair to Remember“, zu den anspruchsvolleren, aber auch beziehungslastigen Tragikomödien „Wilbur Wants to Kill Himself“ und „Eternal Sunshine of the Spotless Mind“. Die Literatur-Nennungen verdeutlichen das relativ geringe Interesse am Medium Fernsehen (es wurde nicht nach Literatur gefragt und trotzdem darüber gesprochen). Vielschichtige Dramen wie Peter Handkes „Wunschloses Unglück“ und Bernhard Schlinks „Der Vorleser“ beinhalten neben anderen Erzählebenen – wie die oben genannten Filme – auch hohe Beziehungsanteile.

Die Studentinnen kombinieren in ihrer Darstellung Jugend- und Erwachsenenprodukte. Es werden häufig anspruchsvolle, mehrschichtige Spielfilme genannt und anderseits Lieblingsserien oder -filme der Jugend. In ihrem Medienverhalten spiegelt sich die „Mittendrin“-Stellung zwischen Jugend- und Erwachsenenwelt wider. Gleich der Einstieg in die Medienpassage und die Nennung von „Chocolat“ und „Batman“ in einem Atemzug verdeutlichen die beiden Welten. Obwohl in beiden Filmen die Liebesgeschichte hervorgehoben wird, ist die Tonalität eine sehr unterschiedliche. Beim „erwachsenen“ Produkt „Chocolat“ geht es aber neben der Liebesgeschichte, auch um ein

„verkorkstes“ Dorf, das „zum Leben erweckt“ wird und um die Rolle einer erwachsenen Frau, die mit einfachen Mitteln viel erreicht, sich selbst treu bleibt und sich insofern selbstachtend verwirklicht. Bei „Batman“ geht es eher um jugendliche Verliebtheit und ein Jugendidol. Allerdings werden der Figur auch Fähigkeiten zugeschrieben, die für das eigenen Leben als erstrebenswert gelten: Ein großes Maß an Idealismus und das Aufgehen in einer Aufgabe. Obwohl es eine fiktionale Figur ist, werden die relativ realen Fähigkeiten besonders bewundert und damit ein Jugendheld in das erwachsene Wertesystem eingegliedert – allerdings mit jugendlicher Begeisterung (Passage „Medienkonsum“, 1-31):

Ef Also mir fallen zwei Sachen ein, und zwar zum einen ein Film, nämlich „Chocolat“ mit Johnny Depp und Juliette Binoche,

Y1 „Chocolat“, ja, mhm,

Ef Wo es darum geht, in ein französisches, verkorkstes Dörfchen zieht eine Chocolatière ein, also die macht die tollsten Schokokreationen und ahm, schafft es mit dieser, so einfach, dass sie das Dorf zum Leben erweckt. sie stößt auf Widerstand und das, also ich find die G’schicht einfach so schön, dass man mit so einfachen Sachen, ahm, so viel bewegen kann und einfach in dem man so ist wie man ist und sich selbst treu bleibt, und das Zweite ist @Batman@,

? @(1)@ ((mehrere))

Ef Das ist mein totaler Kindheitsheld und die Liebe meines @Lebens@.

? @(2)@ ((mehrere))

Ef Und, ahm, da hat mich schon als Kind total beeindruckt der Gerechtigkeitssinn dahinter und der Idealismus, also i bin normaler Weise kein Superheldenfan, weil die ham Superkräfte und des geht ja dann leicht, dass man die Welt rettet, aber der, der hat keine Superkräfte, sondern ist einfach g’scheit und stark und so @(.)@, und übt natürlich Selbstjustiz aus, aber so im Namen des Guten und des, des hat mich als Kind schon total beeindruckt, und, und,

Y1 Welcher Batman-Film war denn das?

Ef Na, also einfach die Figur.

Y1 Die Figur,

Ef Da hat’s a 60er Jahre Serie gegeben und die kultige da, hat mir

total getaugt, eigentlich alle Filme bis zum Jetzigen.

Y1 Ja, also die Figur, ist also nicht gebunden an einen Darsteller oder so?

Ef Genau, der was das verkörpert.

Im Gegensatz zu den Männergruppen werden keine Machtphantasien oder Rachegefühle in den Vordergrund gerückt. „Batman“ ist für die Frauen weniger Identifikationsfigur sondern angehimmelter Held. In Summe handelt es sich um eine „parasoziale Liebesbeziehung“.

Interessant ist das Bekenntnis einer Studentin zu Heimatfilmen. Die einfachen, unemanzipierten Geschichten werden zum Gegenhorizont zur komplizierten Lebenssituation der Studentinnen. Damals war „die Welt noch in Ordnung“ und die Heimatfilme fungieren als Gegenpol zum emanzipierten Lebensaufbau in einer fremden Stadt mit neuen Freunden, schwierigem Studium und unsicheren Berufschancen. Damals hatte man klare gesellschaftliche Vorgaben und Vorbilder und wenig Entscheidungsfreiheiten (Passage „Medienkonsum“, 60-85):

Bf Also meine Filmvorlieben sand ehrlich gesagt voll peinlich, also,

Y1 Ja, @interessant@,

? @(1)@ ((mehrere))

Bf Letztes Semester hab ich Film- und Theaterwissenschaften angefangt zum Studieren und wann die gewusst hätten, was für Fime i mog, dann @hätt ich mich wahrscheinlich gar nicht anmelden dürfen@,

? @(.)@ ((mehrere))

Bf Aber i steh wahnsinnig auf Heimatfilme. so aus de 50er Jahre mit der jungen Romy Schneider @(.)@,

Y1 Ja, und warum? ja, ja,

Bf I was ned, hat mei Oma a gemeint, da war die Welt no in Ordnung, und die Leut @singen@

? @(1)@ ((mehrere))

Bf Und des ist furchtbar peinlich, ich erzähl’s jetzt eh nur mei Name kommt eh ned vor,

? @(2)@ ((mehrere))

Bf Meinen Freunden tat i des nie sagn. da tatn die mi wahrscheinlich voll uncool finden, und so aber ja @(1)@

? @(.)@ ((mehrere))

Y1 Ok, super, danke, spitze, (1) und warum? ja, haben wir eigentlich eh gehabt, aber?

Bf Mir gefallt halt irgendwie dieses Weltbild von den 50er Jahr guat, obwohl da alles voll unemanzipiert ist, aber i @steh irgendwie auf des@.

? @(.)@ ((mehrere))

Die beiden Serien „Friends“ und „O.C., California“ weisen grundsätzlich hohe Beziehungsanteile aus. Beide Serien weisen Parallelitäten zur aktuellen Lebenssituation der Studentinnen auf. Vor allem in der Passage „FreundInnen“ dokumentiert sich ein Bedarf an einem reichen, erfüllten Sozialleben. Die Serien liefern wiederkehrende Bezugspersonen, freundschaftlich-familiäre Einbettung in ein Beziehungsgeflecht, das emotionale Stabilität ausstrahlt. Es wird versucht das Bedürfnis nach zwischenmenschlicher Interaktion und Beziehungen im realen Leben und im fiktionalen Leben zu befriedigen. Parasoziale Interaktion gliedert sich in reale Beziehungsnetzwerke ein. Interessant ist auch die Hervorhebung der beruflichen Eingliederung der Charaktere in der Serie durch eine Studentin. Die Serie gliedert damit sowohl in ein Beziehungs- wie in ein Berufs-Netzwerk ein und trägt zur emotionalen Stabilität in real bewegten Zeiten bei (37-46):

Cf Aber ist ein sehr schöner Liebesfilm auch und ein bissl dramatisch natürlich und sonst mag ich gern Komödien, also was ned „Der Schuh des Manitu“ und solche Sachen und von den Serien her ist meine Lieblingsserie „Friends“,

Y1 „Friends“,

Cf Ja.

Y1 Warum?

Cf Ja, das gfallt mir gut, weil die wohnen irgendwie alle zam und des und die unternehmen immer was und jeder hat schon sein Beruf und sein fixes Dasein quasi und die unternehmen halt immer viel,

Auch „O.C., California“ kombiniert Jugend- mit Erwachsenenthemen mit hohem Beziehungsfaktor, was nicht zuletzt zu einem hohen „Suchtfaktor“ führt (Passage „Medienkonsum“, 173-197):

Ff Ja, also mir fällt da nur eine Sache spontan ein, und zwar das ist auch ein bisschen peinlich, aber,

Y1 Ja,
Ff „O.C., California“,
Y1 “O.C., California”, ja?
Ff Genau, also, da bin ich wirklich, da war ich immer mit dem Herzen dabei und hab auch alle Staffeln auf DVD,
Y1 Zuhause?
Ff Ja, genau. ja,
Gf @(.)@
Ff Und, ich weiß nicht, aber das ist irgendwie so, dass, dass das hat so eine Abhängigkeit ausgelöst hat. nach dem ersten Mal schaun, das war wirklich, dass, dass ich dann nicht mehr aufhören konnte.
Y1 Und, und, warum nicht?
Ff Weil’s, ja, teilweise, es geht halt typisch um so Tennie-Probleme und, ja, das Ganze zieht sich dann auch, also, geht dann auch auf die Erwachsenen über mit Affären und Beziehungen und man kann sich schon einfach damit identifizieren.
Y1 Mhm,
Ff Und, ja, das ist einfach, ja.
Y1 Ja, super,
Ff Ich steh überhaupt auf so Teenie-Dinge und Filme.
Y1 Was heißt Teenie in dem Sinn?
Ff Ja, so halt, so ein bisschen so, so Kitsch halt, so Liebesg’schichtln und so was.

Als Lieblingsserien der Jugend werden noch weitere Beispiele genannt: Bei „Chefarzt Trapper John“ wird kindliche Bewunderung ausgedrückt und gleichzeitig eine verblüffende Nähe zur gewählten Ausbildung der Studentin zur Humanmedizinerin deutlich. Wie groß die Vorbildfunktion für die Medizinstudentin war, bleibt zwar offen, attestiert werden kann aber eine große Nähe zwischen jugendlicher Medienbegeisterung und realer Ausbildungssituation. Die retrospektive positive Erwähnung der „Bill Cosby Show“ illustriert weniger inhaltliche Motivation als eine verbindende Rezeptionssituation: Gemeinsames, friedliches Fernsehen als stabilisierender Ruhepol in einer sonst angespannten Familiensituation. Ein interessanter Nebenaspekt sind die Bemerkungen zweier Studentinnen, dass sie ihren Mediengeschmack für „peinlich“ halten und nur in einer anonymen Situation darüber sprechen möchten. Damit dokumentiert sich die Schwierigkeit der Abgrenzung von gesellschaftlichem Druck oder Erwartungshaltungen hinsichtlich persönlicher (Programm-) Vorlieben.

8.6.9 Typik „Junge Männer in Ausbildung zu Lehrberufen“

- Arbeitsplatz als Lebensbasis

Am Anfang beider Gruppen stellt sich ein eher düsteres Bild dar. Der Druck sich ein Leben aufzubauen, sich einen Platz in der Gesellschaft zu erobern belastet die Gruppe der jungen Männer in Ausbildung zu Lehrberufen. Der Job als Mittel zum Zweck soll in der Zukunft das Leben ermöglichen. Der Arbeitsplatz bringt finanzielle Ressourcen, die wiederum Führerschein, Handy, Wohnung und Freundin ermöglichen. Alles hängt vom Arbeitsplatz ab. Allerdings ist der Weg zu einem Arbeitsplatz ein steiniger und auch wenn man einen Arbeitsplatz bekommen hat, bleibt die Anstellung eine fragile Konstruktion, die von mehreren Faktoren wie Konjunktur, Konkurrenz und Arbeitgeber abhängen. Beide Gruppen der Lehrlinge gehen von einem relativ pessimistischen Zukunftsszenario aus. Keine der beiden Gruppen drücken Leidenschaft für den Beruf oder für die Ausbildung aus.

- Finanzielle Lage und Perspektive

Alles hängt vom Einkommen ab. Die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel sind derzeit viel zu gering und auch die Zukunftsaussichten sind nicht besonders rosig. Der Bedarf an finanziellen Mittel ist dringlich. Die Handyrechnung, die Wohnung und auch die Freundin kann man nur haben oder bezahlen, wenn man ausreichende Mittel hat. Relevante Statussymbole sind nur schwer finanzierbar.

- Abhängigkeiten und Ohnmacht

Das Leben ist von Abhängigkeiten geprägt. Man ist von der Ausbildung und von den AusbildnerInnen, von einem Arbeitgeber, von dessen Fairness, von der Politik und von der Weltwirtschaft abhängig. Die Lehrlinge sind von mächtigen Einflussfaktoren umgeben, fast umzingelt. Es gibt kaum Alternativen, als sich zu fügen, die Bedingungen des Berufslebens zu akzeptieren. Die Lehrlinge „packen“ das Leben aber nicht an, sondern wirken großteils apathisch und ohne Zuversicht. Die Lehrlinge gehören in ihrer eigenen Wahrnehmung weder in der Gegenwart noch in der Zukunft zu den Mächtigen.

- Menschenbild und Beziehungen

Echte Freunde gibt es wenige. Die Gefahr ausgenützt zu werden ist groß, sowohl von männlichen Freunden, als auch von Frauen. Der instrumentelle Charakter von zwischenmenschlichen Beziehungen wird betont. Im privaten Bereich, wie im beruflichen, muss man sich hüten, nicht ausgenützt zu werden: Die Freundin, die nur das Auto liebt, der Freund, der nur etwas braucht, der Chef, der einen sowieso nur ausnützt oder betrügt und der Politiker, der seine Wahlversprechen nicht einhält. Hinzu kommen

andere junge Männer, die auf Konfrontationen aus sind und vor denen man sich häufig verteidigen muss.

- Gruppenkonflikte

Die Lebenswelt der Lehrlinge ist oder war durchsetzt von körperlichen Konflikten. Die Reaktion auf Provokationen wird in den beiden Gruppen unterschiedlich dargestellt. Die etwas jüngere Gruppe berichtet von drastischen, realen, sehr bedrohlichen und aggressiven Konflikten. Die etwas ältere Gruppe schildert die eigene Vergangenheit etwas moderater, berichtet aber auch von physischer Gewalt zwischen ihnen und anderen jungen Männern. Die Konfliktlösungsstrategien sind in Summe vorwiegend aggressiv, körperlich und nicht argumentativ. Andere Lösungsstrategien scheinen für die Lehrlinge nicht abrufbar. Als Konfliktgegner werden grundsätzlich andere Männergruppen genannt. Die Immigrationsproblematik fügt sich in dieses Bild der Gruppenkonflikte nahtlos ein. Auch hier geht es um unterschiedliche Gruppen. Ein gewisser Ehrenkodex zeigt sich in einer stereotypen Konfliktdramaturgie (vor allem in der Gruppe „Männliche Lehrlinge I“). Dieser dargestellte Handlungsablauf kann mit dem „Robespierre-Affekt“ (siehe Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“) in Verbindung gebracht werden. Dabei betonen die Lehrlinge, nie selbst anzugreifen, sondern sich zwangsläufig nur zu verteidigen. Im positiven wie im negativen Zusammenhang wird die Gruppenzugehörigkeit der Einzelpersonen thematisiert und darauf hingewiesen, dass der Einzelne durch seine Gruppenzugehörigkeit aufgewertet und mächtiger wird.

- Konkurrenzsituation

Innerhalb der Lehrlingstypik besteht ein klarer Konkurrenzkampf, der sich auf unterschiedlichen Ebenen auswirkt. Am Arbeitsplatz wird man durch Lohndumping und durch eine große Anzahl von nach Österreich drängenden Ausländern bedroht. In der Ausbildung gibt es nur eine begrenzte Anzahl von Plätzen, in der Disco und auf der Straße gibt es konkurrierende Gangs, und auch bei der Frauensuche existiert erhebliche Konkurrenz. In den Diskussionsrunden selbst dokumentiert sich die Konkurrenzsituation vor allem durch die Rahmeninkongruenzen bezüglich der Zuwanderungspolitik.

- Medienkonsum

Die wesentlichen Genres sind in beiden Gruppen Action, Horror und Comedy. Beide Gruppen sprechen über ihre TV- und Kinovorlieben mit Leichtigkeit. Die Stimmung wird alleine durch den (exmanenten) Wechsel vom Alltagsleben hin zum Medienkonsum besser. Comedy, und da vor allem tägliche, oder zumindest wöchentliche

Comedy-Serien leisten eskapistische Dienste, fungieren wie eine Erholungsphase zwischen hartem Berufsalltag und belastender, perspektivischer Unsicherheit. Am Scheideweg in die Erwachsenenwelt wirkt die Begeisterung zu den Comedy-Formaten wie ein Schritt zurück in die Kinderwelt; als Antithese zu den ernsten Zukunftsszenarien und Lebensthemen. Horror- und Katastrophenfilme verschaffen Ablenkung von lebensperspektivischer Problematik und fungieren bis zu einem gewissen Grad als Männlichkeitsritual. Aggressive Inhalte, wie Action- oder Superheldenfilme scheinen die erlebte Ohnmacht aus dem realen Leben durch fiktionale Inhalte zu kompensieren. Die fehlende Durchsetzungsmöglichkeit im realen Leben, vor allem in der Ausbildungssituation, wird durch siegreiche Helden ersetzt. In diesem Zusammenhang soll auch auf die Analogie der Konfliktdramaturgie hingewiesen werden: Ein Held bzw. die Identifikationsfigur (fiktional oder real) ist nie Angreifer, sondern Verteidiger (meist für die Gerechtigkeit, meist in der numerischen Unterlegenheit, siehe oben). Einen besonderen Stellenwert in der Gruppe der männlichen Lehrlinge hat Pro7 mit den Stefan Raab-Formaten und Comedy-Serien.

8.6.10 Typik „Junge Frauen in Ausbildung zu Lehrberufen“

- Lebenselixier Beziehungen

Beziehungsfragen dominieren das Leben der jungen Frauen. Die Einbettung in ein Beziehungsgeflecht ist essentiell und beansprucht einen Großteil der persönlichen Ressourcen. Die ineinander überlappenden Beziehungswelten stellen unterschiedliche Anforderungen an die Frauen. Sie sind mit unterschiedlichen sozialen Normen und Erwartungen der verschiedenen Gruppen und Individuen konfrontiert. Die richtige Balance zwischen den Beziehungstypen hinsichtlich Zeitaufteilung, Vertrauensinvestition und persönlicher Abgrenzung ist eine komplexe Aufgabe, die nicht friktionsfrei funktioniert. „Alte“ Beziehungen zu Familienmitgliedern oder zu Schulfreunden stoßen auf „neue“ Beziehungen wie Lebenspartner und BerufskollegInnen. Negative Erfahrungen gibt es auf fast allen Beziehungsebenen. Im Freundeskreis, in der Familie und in der Partnerschaft wird die Vertrauensfrage gestellt. Bindung und Verlust sind emotional stark besetzt und führen generell zu polarisierenden Bewertungen anderer. Von belastenden Einflüssen wird die Abgrenzung angestrebt. Dies können strenge Väter, kontrollierende Geschwister oder unseriöse Partner sein. Negativen Einschätzungen stehen teils glorifizierten Vertrauenspersonen gegenüber. In diesem Zusammenhang soll auf die positive Bewertung der Mutter und der besonders negativen Darstellung des Vaters von Frauen mit Migrationshintergrund hingewiesen werden.

Die Idee der große Liebe wird sehnsüchtig verfolgt oder wehmütig zur Seite geschoben. Dem Bedürfnis nach erfüllter Liebe stehen eigene negative Erfahrungen ge-

genüber. „Blindes“ Verliebtsein der Vergangenheit wird durch die Suche nach einem passenden Partner ersetzt. Aufgrund der teilweise enttäuschenden Erlebnisse werden die eigenen Beziehungsansprüche neu definiert. Ein anderer Teil der Gruppe steht noch relativ am Anfang ihrer Beziehungsgeschichte und blickt weniger ernüchtert in eine mögliche Partnerschaft.

Im Prozess des Erwachsenwerdens sind Abgrenzungsthemen zu Eltern, Geschwistern oder anderen Familienmitgliedern relevante Themen. Überschattet wird die Beziehungsfrage durch eine generelle Vertrauensfrage. Zwischenmenschliche Garantien gibt es für die jungen Frauen keine mehr. Eine gute Freundin kann nach Jahren des Vertrauens zur Verräterin werden und langjährige Ehemänner können zu Betrügern werden. Grundbedürfnis bleibt aber der Wunsch nach einem Eingebettetsein in ein Beziehungsgeflecht mit Vertrauenspersonen und Allianzen.

- Autonomie

Die Frage der Eigenständigkeit wird auf zwei Ebenen behandelt: Einerseits die oben besprochene Relativierung und Abgrenzung zu Beziehungen im Sinne einer unabhängigeren Eigendefinition, andererseits die pragmatische Ebene des Lebensaufbaus bezüglich Ausbildung, Wohnung und finanzieller Absicherung. Beide Ebenen sind nicht einfach zu bewerkstelligen. Emotional hoch bewertet sind die Durchsetzungs- und Abgrenzungsversuche gegenüber den Erwartungen der Familie, der Eltern, aber auch der Freunde. Auf pragmatischer Ebene werden klare Schritte gesetzt, die ein eigenständigeres Leben ermöglichen.

- Es gibt viel zu tun

Die jungen Frauen müssen gleichzeitig viel erledigen. Sie müssen die Ausbildung und die notwendigen Prüfungen schaffen, sie müssen sich das Leben finanzieren und Autonomie aufbauen. Sie brauchen eine Wohnung, einen Nebenjob, den Führerschein und wollen dabei nicht ihre Freunde aus den Augen verlieren. Und nicht zuletzt wollen sie sich ihre partnerschaftliche Beziehung suchen oder festigen.

- Problemlösungsstrategien

Hinsichtlich der Erreichung ihrer Ziele sind die jungen Frauen zielstrebig und nehmen ihr Leben in die eigene Hand. Sie kennen ihre Probleme, aber auch Lösungsmöglichkeiten. Sie präsentieren sich nicht als ohnmächtig, sondern agieren auf mehreren Ebenen. Die Ausgangsbasis ist oft schwierig und teils hoch dramatisch. Die Frauen sind aber handlungsfähig und wollen ihre Leben zum Besseren verändern. Ein gewisser Gestaltungswille prägt beide Gruppen. Die Ausbildung ist ein Teil ihrer Anstren-

gungen, die nüchtern erledigt wird. Berufliche Selbstverwirklichung ist kein Thema, dafür die eigene Absicherung und Selbständigkeit.

- Medienkonsum

Medien spiegeln klar die im Alltag relevanten Themen der Gruppen. Die Höhen und Tiefen des Erwachsenwerdens mit hoher Betonung der Beziehungsthematik werden in verschiedenen Genres bearbeitet. Beziehungskomödien beschäftigen sich mit den gleichen Themen, bringen aber durch humorvolle Aufbereitung Eigendistanz und Leichtigkeit in die Rezeptionssituation. In Telenovelas oder Soaps dominieren die dramatischen Erzählformen, die Themen bleiben aber die gleichen. Sie spiegeln und erweitern das komplexe Beziehungsgeflecht der jungen Frauen mit Themen des Vertrauens und der Abgrenzung, der großen Liebe und Freundschaft. Animations-Serien verbinden kindliche Erzählformen mit Erwachsenenthemen und fungieren, ähnlich wie bei den Lehrlingen, als logisches Bindeglied zwischen Jugend- und Erwachsenenwelt.

Obwohl die jungen Frauen in einer ähnlich schlechten finanziellen Lage wie die Lehrlinge sind, wirkt die Grundstimmung positiver und aktiver. Das Vorgehen ist nicht von Apathie und Ohnmacht geprägt, sondern von einer aktiven, lösungsorientierten Vorgangsweise. Das Leben der Frauen ist auch konfliktgeladen, allerdings finden die Konflikte auf den persönlichen Beziehungsebenen wie Familie und Partnerschaft statt und nicht im öffentlichen Raum zwischen rivalisierenden Gruppen. In diesem Sinne steht auch nicht die körperliche Konfliktlösungsstrategie im Vordergrund. Vor allem geht es um zwischenmenschliches Vertrauen, Abhängigkeit und Abgrenzung. Die Gruppenzugehörigkeit ist auch für die Frauen ein Thema, allerdings nicht als anonyme Machtkonstellation, sondern als Freundschaftsgruppe, mit der man gerne die knappe Freizeit verbringt. Auch wenn sich in der Gruppendiskussion unterschiedliche Standpunkte und auch Konflikte manifestieren, überwiegt doch die gegenseitige Unterstützung und Beratung zwischen den Frauen.

8.6.11 Typik „Junge Männer in Ausbildung zu Akademikern“

Die Dynamik der beiden Studenten-Gruppen war sehr unterschiedlich. Die erste Gruppe war mit sechs Teilnehmern doppelt so groß wie die zweite Gruppe. Grundsätzlich wurden in der Gruppe „Studenten I“ mehr Themen eingebracht und kontroversieller und selbstläufiger diskutiert. Gruppe zwei fand an einem extrem schwülen Sommerabend statt, was wahrscheinlich sowohl die geringere Diskussionsfreude und die hohe Ausfallsquote erklären kann. In der zweiten Gruppe war die Moderation stärker gefordert und musste mehr nachfragen und den Grundreiz öfter wiederholen, um die Dis-

kussion am Laufen zu halten. Trotzdem kam es aber thematisch zu relativ vielen Überlappungen mit der Gruppe „Studenten II“, aber auch mit den Lehrlingsgruppen.

- Immigranten als Bedrohung

In beiden Studentengruppen werden Immigranten als Bedrohung gesehen. In der Gruppe „Studenten I“ wird mehr der wirtschaftliche Aspekt, wie drohende negative Auswirkungen auf den Arbeitsplatz und auf den Lebensstandard durch Konkurrenz aus anderen Ländern betont. In der Gruppe „Studenten II“ werden Immigranten auch als Bedrohung thematisiert, allerdings nicht auf wirtschaftlicher Ebene, sondern als Konfliktauslöser. Immigranten werden unterschiedlichen, potenziell gefährlichen Gruppen zugeordnet, die ihre eigenen Konflikte aus der Heimat nach Österreich importieren und hier teils auf öffentlichen, zentralen Plätzen austragen.

- Angst vor anderen

Die Angst vor der Macht anderer ist auch in beiden Gruppen ein Thema. Die Gruppe „Studenten I“ diskutiert nach allgemeinen Bedrohungen durch Wirtschafts- und Finanzkrise, die eigene Angst vor der Macht anderer. Daraus entwickelt sich ein Diskurs über den Wunsch andere beeinflussen zu können, bevor sie selbst Einfluss ausüben können. In Summe beziehen sich die Ängste auf negative Auswirkungen anderer auf die eigene Karriere und auf eine geringe gesellschaftspolitische Mitsprachemöglichkeit. In der Gruppe „Studenten II“ kann man die Angst vor anderen als eine viel realere, körperliche Bedrohung interpretieren, die unmotiviert und spontan auftreten kann. Es werden negative persönliche Erfahrungen und Beobachtungen ausgetauscht. Wesentlich ist aber in beiden Gruppen der Gedanke, dass durch andere Gruppen die eigenen Möglichkeiten bedroht oder eingeschränkt werden können.

- Macht und Ohnmacht

In beiden Gruppen werden Ohnmachtsgefühle thematisiert. In der Gruppe „Studenten I“ wird vor allem durch die omnipräsente negative Medienberichterstattung generelle Ohnmacht erlebt. Diese Ohnmacht bezieht sich einerseits auf die Unmöglichkeit, die negativen Ereignisse auf der Welt zum Besseren zu verändern und andererseits auf das Ausgeliefertsein der täglichen negativen Gehirnwäsche durch die Medien, die einen mit negativen Nachrichten überhäufen. Es scheint auch schwierig zu sein, glaubwürdige von unglaubwürdigen Quellen zu unterscheiden. Die Gruppe „Studenten I“ versuchen die eigenen Chancen auf gesellschaftspolitische Einflussnahme zu erhöhen. Dazu werden auch Medieninhalte gesucht, die zur Anleitungen zur Machtergreifung oder Machterhaltung interpretiert werden können. Im Diskurs der Gruppe

„Studenten II“ geht es hingegen mehr um situative Macht und real erlebte Ohnmacht, also nicht um die gesellschaftspolitische Einflussnahme, sondern um persönlichen Schutz. Persönliche Erfahrung verdeutlicht, dass man der unberechenbaren Aggression anderer ausgesetzt sein kann.

- Medienkonsum

Die angeführten Lieblingsfilme und -serien spiegeln in beiden Gruppen relevante Themen aus der jeweiligen vorhergehenden Diskussion wider. Beide Gruppen erwähnen Retro-Serien, mit deren Hilfe sie sich in die heile Kinder- oder Jugendzeit zurückversetzten, also sich belastenden Szenarien oder Alltagsproblemen entziehen können. Es werden Erinnerungen und Emotionen geweckt bzw. wieder abgerufen, die an einen positiven Lebensabschnitt erinnern. Beide Gruppen pendeln zwischen Mainstream- und Nischenprodukten. So werden zwar etwas ältere Hollywood-Produktionen genannt, aber auch ganz spezielle Nischenprodukte im Film oder Serienbereich. Die Rezeption stellt sich somit selektiv dar und anspruchsvolle Dramen stehen nicht sehr aktuellen Blockbustern gegenüber. Innerhalb der Diskussion wird über die Medieninhalte kaum Gemeinsamkeit hergestellt. Die Darstellungen der persönlichen Vorlieben sind eher aneinandergereiht und wenig interaktiv.

- Analytischer Zugang

Beide Gruppen analysieren die aufgeworfenen Themen und gehen, vor allem anfangs, sehr rational an die Diskussion heran. Möglichst objektive Zugänge und die Analyse aus der Vogelperspektive weichen im weiteren Verlauf höherer emotionaler Beteiligung. Die „akademische“, analytische Grundhaltung zieht sich aber durch beide Diskurse.

8.6.12 Typik „Junge Frauen in Ausbildung zu Akademikerinnen“

Die beiden Studentinnen-Gruppen weisen in Inhalt und Form des Diskurses große Ähnlichkeiten auf.

- Großes Interesse an Beziehungen

In beiden Gruppen dokumentiert sich ein generell großes Interesse an Beziehungsthemen. Dabei werden folgende Unterthemen bearbeitet:

In der aktuellen Studiensituation sehen sich die Studentinnen mit einem anonymen Universitätsapparat konfrontiert. Sie fühlen sich wenig in informelle oder offizielle Netzwerke mit anderen realen Menschen integriert. Sie haben zu wenige zwischen-

menschliche Kontakte und zu wenig Unterstützung vom Fachpersonal. Die Studentinnen nützen vor allem informelle Kontakte oder wollen diese in Zukunft ausbauen.

In beiden Gruppen wird die Suche nach Freunden explizit bearbeitet. Dabei geht es um die Herstellung von zwischenmenschlicher Nähe, den Übergang von Bekannten zu Freunden und um die Auslesemethoden, um möglichst kompatible Freunde zu finden. In Summe werden vertrauensvolle Beziehungen gesucht. Dabei geht es mehr um Qualität denn um Quantität. Das Ziel sind gute und authentische Freundschaften für persönlichen Austausch und Begegnung.

Es geht aber nicht nur um die Anbahnung neuer Freundschaften, sondern auch um die Aufrechterhaltung von vorhandenen Beziehungen, also um reale Beziehungsprobleme. Das Verhalten in Beziehungsnetzwerken mit Partnern, Freunden und Eltern wird besprochen. Dabei dominiert eine empathische Grundhaltung der Diskutantinnen untereinander, die sich in Offenheit, und gegenseitiger Beratung und Unterstützung dokumentiert. In diesem Zusammenhang werden Abgrenzung zu Eltern oder Partnern erörtert. Der Aufbau von neuen Bezugssystemen in Abgrenzung zu der Lebenswelt und dem Wertesystem der Eltern wird als Herausforderung thematisiert. Die Balance zwischen Abgrenzung und Nähe zu den Eltern, ohne das eigene, neue Zuhause und Wertesystem zu gefährden, im Spannungsfeld mit der Aufrechterhaltung der Beziehung zu den Eltern. Emanzipationsfragen beziehen sich aber nicht nur auf die Eltern, sondern auch auf partnerschaftliche und freundschaftliche Beziehungen. Beziehungsnetzwerke sind für die Studentinnen wesentlich und tragen maßgeblich zur emotionalen Stabilität in Zeiten der realen Unsicherheiten bei.

Die Beziehungsthematik wird, wie schon oben erwähnt, empathisch und unterstützend diskutiert. Gegenseitige Tipps zur Freundschaftsanbahnung, zur Abgrenzung von Freund und Familie, spontane Verabredungen und Freizeitpläne innerhalb der Gruppendiskussion illustrieren das Kommunikationsinteresse am Thema. Die Form des Diskurses validiert den Inhalt. Die gegenseitige Unterstützung der Studentinnen in Beziehungsfragen wirkt wie eine Allianz gegen „Außenkräfte“, eine gegenseitige Bestärkung der Autonomiebestrebungen und gleichzeitig die Fähigkeit zur spontanen Begegnung und freundschaftlichen Anteilnahme.

- Ungewisse berufliche Zukunft

Die Studentinnen sind durch unsichere berufliche Zukunftsszenarien belastet. Entscheidungen bezüglich Studienrichtung und Laufbahnausrichtung sind nicht mit klaren Berufsbildern oder praktischen Erfahrungen kombiniert. Die Auswirkungen der gefällten Entscheidungen auf die individuelle Zukunft sind unklar. Die theoretische Freiheit durch viele Wahlmöglichkeiten wird mit Bedenken hinsichtlich der beruflichen

Selbstverwirklichung getrübt. Berufliche Selbstverwirklichung ist ein Thema, deren Erreichung aber ungewiss.

- Medienkonsum

Gemeinsamkeit wird weniger über Medieninhalte als über reale Themen, meist Beziehungsthemen, hergestellt. Die Studentinnen werden durch die abschließende Fragestellung der Lieblingsserien und – filmen nicht „befreit“ und lockerer im Vergleich zu den vorhergehenden realen Themen. Die Medienpräferenzen werden wenig diskutiert, sondern eher sequenziell nacheinander abgearbeitet. Unter den Studentinnen gibt es Nicht- und Wenigseherinnen. Trotz Nennung von intellektuellen Nischenprodukten (Filme, Literatur, Internet) werden auch populäre TV-Serien genannt, die eine Nähe zu den von den Studentinnen genannten Themen aufweisen. Wesentlich sind auch hier die Beziehungsaspekte wie sie in TV-Serien „Sex and the City“, Beverly Hills 90210“, „Friends“ oder „O.C., California“ dargestellt werden. Die Einbettung in ein Beziehungsnetzwerk, Beziehungsanbahnung, Lösung von Beziehungsproblemen wird in Kombination mit authentischen Charakteren, zu denen man emotionale Nähe aufbauen kann, zur medialen Analogie zu den real relevanten Themen der Gruppe. Alle anderen genannten Lieblingsfilme beinhalten starke Beziehungsaspekte, auch wenn diese in verschiedenen Genre-Verpackungen transportiert werden (Liebe, Drama, Tragikomödie). Auf individueller Ebene können interessante Analogien zwischen zuvor diskutierten Themen und Rezeptionsinteressen hergestellt werden. Dies ist zwar nicht primäres Ziel der gewählten Methode, soll aber auf Grund der Eindringlichkeit der Einzelfälle auch hier in der Zusammenfassung beider Gruppen erwähnt werden. Die wichtigsten funktionalen Medienaspekte beziehen sich auf lebensweltliche Identifikation, authentische Identifikationsfiguren, parasoziale Interaktion bzw. verlässliche, wiederkehrende Bezugsfiguren.

Das Internet ist ein beiden Gruppen selbstverständlicher Teil der Beziehungsnetzwerke und wird vor allem zum Zwecke der Beziehungsanbahnung, als „Schlüssel zur Außenwelt“, thematisiert. Fernsehen ist im Vergleich mehr parasoziale Kompensation und Ergänzung zum realen Leben; das Internet eher ein relativ geschützter Raum zur anonymen Beziehungsanbahnung mit realem Erfolgspotenzial.

8.6.13 Typik „Junge Männer“

Die Typik „Junge Männer“ versucht Gemeinsamkeiten der Lehrlinge und der Studenten auf Basis der Gruppendiskussionen zu finden. Die wesentlichen Punkte sind:

- Gefährdeter Existenzaufbau

In allen vier Männer-Gruppen dokumentiert ein gewisses Ausmaß an Angst vor der Zukunft. Der Aufbau der eigenen Existenz ist ein zentrales Thema, allerdings gibt es einige Hindernisse, die zu überwinden sind. Durch schwierige wirtschaftliche Rahmenbedingungen (Wirtschafts- und Finanzkrise, Konkurrenz durch Immigranten) herrscht eine angespannte Lage und die jungen Männer sehen mit einem relativ großen Maß an Pessimismus in ihre eigene Zukunft.

- Angst vor der Macht anderer

Die jungen Männer haben Angst vor der Macht anderer. Diese Angst ist Bestandteil von körperlichen Konflikten, die sowohl Lehrlinge als auch Studenten aus ihrem eigenen Leben kennen, als auch von beruflichen Überlegungen. Die Lehrlinge sehen sich vor allem gesellschaftlich in einer ohnmächtigen Rolle und kompensieren diese durch ein gewisses Ausmaß an Gewaltbereitschaft in der Freizeit. Die Studenten wollen der gesellschaftlichen Ohnmacht entgehen und arbeiten an den eigenen Möglichkeiten der gesellschaftspolitischen Mitsprache.

- Kompensatorische und instrumentelle Mediennutzung

Die jungen Männer nutzen die Medien als positiven Gegenhorizont zum belastenden Alltag. Sowohl die Lehrlinge, als auch die Studenten erwähnen Comedy-Formate, die als Erholung zwischen den anstrengenden und ernsten Lebensanforderungen dienen und an emotional sichere „Jugendzeiten“ erinnern. Der Medienkonsum spiegelt aber auch die Ohnmacht/Macht-Thematik wider. Sowohl bei den Lehrlingen als auch bei den Studenten werden Medienfiguren in durchsetzungsstarken Rollen gesucht. Die Lehrlinge betonen die Durchsetzungskraft etwas mehr auf körperlicher Ebene, während die Studenten Medieninhalte auch als Anleitungen zur gesellschaftlichen Machtergreifung nutzen.

- Kontroversieller Diskussionsstil

Die Männergruppendiskussionen sind klar kontroversieller und gegenseitig weniger unterstützend und empathisch angelegt. In den Männergesprächen werden Konflikte innerhalb der Gruppe sichtbarer ausgetragen und in Summe weniger Gemeinsamkeiten hergestellt als in den Frauenrunden.

8.6.14 Typik „Junge Frauen“

Die Typik „Junge Frauen“ versucht Gemeinsamkeiten der weiblichen Lehrlinge und der Studentinnen auf Basis der Gruppendiskussionen zu finden. Die wesentlichen Punkte sind:

- Beziehungen über Alles

Die vier Frauengruppendiskussionen beschäftigen sich zu einem überwiegenden Teil mit Beziehungsthemen. Wesentlich ist sowohl für die weiblichen Lehrlinge wie für die Studentinnen ein stützendes Beziehungsnetzwerk. Alle Frauengruppen befassen sich mit der Frage, wer „echte“ Freunde sind und wer nicht. Bei den Lehrlings-Gruppen dominieren etwas ernstere Töne in Bezug auf Vertrauen in Freundschaften und auf bereits erlebte Enttäuschungen durch Partner und Väter. Auch sprechen die Lehrlingsgruppen mehr über enttäuschte Liebe, während die StudentInnen vor allem die Freundschaftsebene diskutieren.

- Zwischen Familie und Autonomie

In den weiblichen Gruppendiskussionen wird einerseits mit Wehmut auf die vergangene, familiäre, gemeinsame Wohnsituation hingewiesen und andererseits die Abgrenzung gegenüber Familienmitgliedern thematisiert. Bei den weiblichen Lehrlingen dominieren Themen wie einengende Kontrollversuche durch Eltern oder Verwandte, während bei den Studentinnen eher weltanschauliche Differenzen zum Elternhaus und Herkunftsmilieu besprochen werden. Die Frauen befinden sich zwischen den beiden Welten, zwischen der emotionalen Bindung zu den Eltern bzw. der Kernfamilie und andererseits entwickeln sie Abgrenzungsstrategien zum Aufbau der Selbstständigkeit.

- Berufliche Etablierung

Die jungen Frauen sind dabei, sich ein selbstständiges Leben aufzubauen. Sie gehen dabei recht pragmatisch und zielorientiert vor. Die Lehrlinge beschäftigen sich allerdings mit den etwas pragmatischeren Zielen wie Wohnungssuche und Einkommen, während die StudentInnen mit beruflichen Selbstverwirklichung- und Unsicherheitsängsten auf dem Weg in eine eigenständige berufliche Zukunft kämpfen.

- Themenbearbeitung und Mediennutzung

Die in den Gruppendiskussionen aufgebrachten Themen spiegeln sich auch im Mediennutzungsverhalten wider. Es werden Medieninhalte selektiert, mit welchen die alltagsrelevanten Themen bearbeitet werden können. Das gilt für alle vier Frauengruppen und vor allem für Beziehungs- und Abgrenzungsthemen.

- Gegenseitige Unterstützung

Im Vergleich zu den Männergruppen sind die Frauengruppen gegenseitig unterstützender, empathischer und positiver. Sie geben vor allem in Beziehungsfragen Ratschläge und diskutieren seltener kontroversiell. Die Stimmung ist meist locker, offen und freundlich und es werden auch sehr persönliche Themen angesprochen. Es werden sogar teils spontan Aktivitäten für die Zeit nach der Gruppendiskussion vereinbart.

9 ZUSAMMENFASSUNG UND INTERPRETATION DER ERGEBNISSE

Im folgenden Kapitel wird versucht, die Ergebnisse der Inhaltsanalyse mit jenen der Gruppendiskussionen zusammenzuführen. Dadurch wird der explorative und qualitative Charakter der Studie verdeutlicht, da die Ergebnisse nicht statistisch sondern nur interpretativ aufeinander bezogen werden.

Einerseits liegt eine repräsentative Analyse des Medienhandelns der Zielgruppe der 12- bis 29-Jährigen vor, die geschlechtsspezifische Unterschiede bezüglich der Zuwendung zu potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen erfasst. Andererseits werden durch die Gruppendiskussionen die möglichen Bedeutungszuschreibungen im Rahmen der Lebensbewältigung verschiedener Subpopulationen der 12- bis 29-Jährigen medialer Inhalte erfasst. Die dabei zum Vorschein kommenden handlungsleitenden Themen werden interpretativ auf das reale Medienhandeln und den selektierten Medienthemen (durch die Grundemotionen strukturiert) bezogen. Um einen möglichst klaren Bezug zwischen den beiden Analyseebenen herzustellen, werden nicht die Ergebnisse der einzelnen Gruppendiskussionen auf die Inhaltsanalyse bezogen, sondern die zusammenfassenden Typen.

Für die männlichen Lehrlinge sind die folgenden Themen relevant (Ergebnisse der Gruppendiskussionen) und werden im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung als handlungsleitende Themen interpretiert:

- Arbeitsplatz als Lebensbasis
- Finanzielle Lage und Perspektive
- Abhängigkeiten und Ohnmacht
- Menschenbild und Beziehungen
- Gruppenkonflikte
- Konkurrenzsituation

Die detaillierte Analyse dieser Themenkomplexe soll an dieser Stelle nicht wiederholt werden (siehe Zusammenfassungen der Rahmenkomponenten der Gruppen Männliche Lehrlinge I und II und die Darstellung der Typik und Ergebnisse der Inhalts-

analyse), sondern der Fokus liegt auf den überlappenden Themen und Aspekten aus Real- und Medienwelt. Wesentlich ist bei der Interpretation der Blickwinkel der jeweiligen Subpopulation. Die Annahme ist, dass die Medieninhalte auf Basis der wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen angeeignet werden.

Auffallend sind drei große Themenkomplexe, die sowohl in der Realwelt, als auch in der Medienwelt der Lehrlinge anzutreffen sind:

- Hoher Gewaltfaktor in medialer und realer Welt
- Überwindung von großen Gefahren
- Überwindung von großen Hindernissen

In der realen Welt der männlichen Lehrlinge spielt Gewalt eine große Rolle, die offensichtlich auch in der Medienwelt gesucht wird. Die Mediengewalt symbolisiert alltagsrelevante Erlebnisse der Lehrlinge, steht vor allem für Wehrhaftigkeit und Durchsetzungskraft und damit für die Bearbeitung von Ohnmachts- und Unterlegenheitsgefühlen (gegenüber AusbildnerInnen, ArbeitgeberInnen, Politik, Wirtschaft). Die körperlichen Auseinandersetzungen folgen zu einem großen Teil einem ähnlichen dramaturgischen Ablauf (siehe „Robespierre-Affekt“ im Kapitel „Gewaltwirkungsforschung“), bei dem aus einer unterlegenen Verteidigungsposition zu ultimativen Gegenmaßnahmen gegriffen wird. Allgemein werden in den Medien jene Problemlösungsstrategien gesehen, die auch in der realen Welt angewendet werden (Gleichaltrige, anonyme Gegner in Disco oder auf öffentlichen Plätzen) oder die real nicht ausgeübt werden können (gegenüber Vorgesetzten oder anderen Mächtigen). Ungerechtigkeiten werden in den Medien mit ähnlichen Mitteln beseitigt, die auch die Lehrlinge real anwenden und jenen (körperlichen) Möglichkeiten der Action-Helden entsprechen (stellvertretendes Ausleben der Handlungstendenzen). Verbale Konfliktlösungsstrategien gibt es weder im Alltag, noch in der Medienwelt. Die teilweise massiv bedrohlichen Alltagskonflikte werden durch Medieninhalte bearbeitet und stehen für eine stellvertretende Überwindung von Angst-, Bedrohungs- und Konfliktsituationen. Es werden jene Mediensituationen gesucht, die persönliche Behauptung gegen große Gefahren (Gruppenkonflikte, Konkurrenz) und Hindernisse (Durchsetzung am Arbeitsplatz, in der Gesellschaft, gegen allgemein pessimistische Zukunftsszenarien) symbolisieren. Medial dargestellte Größenphantasien kompensieren reale strukturelle Nachteile und (sozial) unfaire Bedingungen. Das Medienhandeln ist aber immer nur eine Alternative unter vielen anderen. Interessant ist, dass in Summe die Freizeit als Antithese zum apathischen Zugang zu den Ohnmachtserfahrungen in der Berufswelt fungieren dürfte. Den ArbeitgeberInnen, der Wirtschaft und der Politik gegenüber kann man sich nicht wehren, dafür wird im realen

Handeln (Disco, Stadtplatz) und in der fiktionalen Welt (Medienzuwendung) die verlorengegangene Macht und Durchsetzungskraft teils wiedererlangt.

Die explizite Medienpassage am Ende der Gruppendiskussionen bestätigen einige der möglichen Zusammenhänge zwischen Real- und Medienwelt: Horror- und Katastrophenfilme werden als Männlichkeitsrituale verwendet, Action- und Superhelden dienen der Kompensation zu real erlebten Ohnmachts- und Hilflosigkeitsgefühlen (inklusive Stefan Raab als Symbol für Widerstandsfähigkeit) und auch die analoge Konfliktdramaturgie (siehe oben) wird thematisiert.

Die relevanten Themen der Studenten sind (Gruppendiskussionen):

- Macht und Ohnmacht
- Angst vor anderen
- Immigranten als Bedrohung

Hervorgehoben sollen wieder jene Themenkomplexe werden, die sowohl in der Realwelt, als auch in der Medienwelt der Studenten eine Rolle spielen. Diese sind:

- Bedrohung in medialer Welt und reale Angst
- Machtergreifung und Angst vor Macht anderer

Damit sind die Grundthemen der Studenten jenen der Lehrlinge ähnlich. Die Studenten beschäftigen sich im Medienangebot auch mit ihren wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen, allerdings dürften sie seltener in reale körperliche Konflikte verwickelt sein. Die Studenten thematisieren in den Gruppendiskussionen (siehe Zusammenfassungen der Rahmenkomponenten der Gruppen Studenten I und II und die Darstellung der Typik) reale Ängste aus einer passiveren Rolle heraus. Sie lehnen körperliche Gewalt explizit ab, kennen aber auch körperliche Konflikte, u.a. im Rahmen von Gruppenkonflikten (teils aus Südosteuropa importiert). Die Angst vor der Macht anderer ist ein übergreifendes Thema für die Studenten. Diese mögliche, zukünftige Macht anderer Personen ist mit negativen Auswirkungen auf die eigene Karriere assoziiert. Damit verbunden sind das Interesse an gesellschaftspolitischer Einflussnahme und die Suche nach Anleitungen zur Machtergreifung, wozu die Medieninhalte genützt werden. Bedroht ist der Arbeitsplatz und generell der hohe Lebensstandard. Die Grundängste der Studenten jenen der Lehrlinge sehr ähnlich, daher macht auch die stellvertretende (mediale) Überwindung von Bedrohungsszenarien alltagspraktischen Sinn. Die explizite Zurückhaltung von körperlicher Gewalt in Konfliktszenarien kann als normenkonforme Unterdrückung (im Sinne der kognitiven Emotionstheorien) von Handlungstendenzen interpretiert werden. Die Zuwendung zu symbolischer Ausfüh-

rung von aggressiven Handlungen zur Abwehr von Gegnerschaften kann auch aus dieser Studenten-Perspektive Sinn machen und als Bearbeitung der eigenen Ängste und Ohnmachtserfahrungen bzw. als kalkulier- und kontrollierbare Annäherung zu Angstreizen interpretiert werden.

Auch in den Studentengruppen liefert die explizite Medienpassage am Ende der Gruppendiskussionen unterstützende Indizien zur Bestätigung oben genannter Zusammenhänge: Macht- und Ohnmachtsthemen bzw. die Angst vor der Machtergreifung anderer führen u.a. zur Suche nach medialen Anleitungen zur Machtergreifung (übrigens auch abseits der Filmrezeption in Dokumentationen oder Diskussionssendungen).

Für die Bürokauffrauen in Ausbildung sind die folgenden Themen relevant (Ergebnisse der Gruppendiskussionen) und werden ebenso im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung als handlungsleitende Themen interpretiert:

- Lebenselixier Beziehungen
- Autonomie
- Aktive und zielstrebige Problemlösungsstrategien

Hervorstechend sind drei große Themenkomplexe, die sowohl in der Realwelt, als auch in der Medienwelt der Bürokauffrauen in Ausbildung eine Rolle spielen (siehe Zusammenfassungen der Rahmenkomponenten der Gruppen Bürokauffrauen I und II und die Darstellung der Typik und Ergebnisse der Inhaltsanalyse):

- Große Bandbreite an Emotionen
- Beziehungen
- Autonomie, sozialer Aufstieg und Zielerreichung

Während sich Männer vorwiegend mit Aspekten der Emotion Angst auseinandersetzen (medial wie real), beschäftigen sich Frauen mit einer viel breiteren Palette von Emotionen. Die wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen betreffen (soziale) Ängste, Ärger (über soziale Normenverletzungen), Traurigkeit, Freude und Liebe. Dieser Zusammenhang zeigt sich bei der Medienzuwendung wie bei den Gruppendiskussionen. Die meisten angesprochenen Themen (Gruppendiskussionen), aber auch die typischerweise rezipierten (Inhaltsanalyse) stehen mit Beziehungsthemen in Verbindung. Ärger steht mit Partnern oder Familienmitgliedern in Zusammenhang, Traurigkeit bezieht sich auf Trennungen oder Tod (von Familienmitgliedern) und Freude meist auf Anerkennung durch andere oder auch allgemein auf positive soziale Beziehungen. Die Frauen in Ausbildung zu Lehrberufen bearbeiten in den Medien offensicht-

lich die gleichen Themen, die ihnen im Alltag wichtig sind: Beziehung sind das allgemein überragende Thema. Wichtige Aspekte sind das sich Bewegen in einem Beziehungsgeflecht, die richtige Balance zwischen unterschiedlichen Beziehungen finden, sowie Beziehungskonflikte bewältigen. Hinzu kommt die Frage der Abgrenzung von Eltern und Geschwistern bzw. allgemein der Umgang mit Nähe und Abgrenzung von anderen Menschen. Beziehungen werden oft polarisierend bewertet und stehen mit teilweise negativen Realerfahrungen in Zusammenhang. Partnerbeziehungen inklusive der Suche nach der großen Liebe dominieren die Diskussionen, aber auch die Medienzuwendung. Weitere wichtige Punkte sind der Aufbau der eigenen Autonomie, des eigenen Lebensbereichs (inklusive Freundeskreis und Partner), der soziale Aufstieg (Freude wegen gelungenem Aufstieg vs. Angst vor Verlust durch soziale Zurückweisung oder vor dem Nichtbestehen von Belastungssituationen) und die Durchsetzung eigener Ziele (aus eigener Kraft zum Besseren verändern, aktives und zielstrebiges Vorgehen). All diese Aspekte finden sich als wahrnehmungs- und handlungsleitende Themen in den Gruppendiskussionen als auch in der Filmanalyse.

Die explizite Medienpassage am Ende der Gruppendiskussionen bestätigt wieder einige der möglichen Zusammenhänge zwischen Real- und Medienwelt: Im Medienangebot werden die (emotionalen) Höhen und Tiefen des Erwachsenwerdens und die Beziehungsthematik gesucht und bearbeitet. Vor allem die Telenovelas und Daily Soaps thematisieren die auch im Alltag relevanten Aspekte der jungen Frauen. Sie sind ein Spiegelbild der komplexen Beziehungsgeflechte und behandeln Themen wie Vertrauen, Abgrenzung, Liebe, Betrug oder Freundschaft.

Die Studentinnen sprechen von ähnlichen Themenkomplexen (in den Gruppendiskussionen), die wieder als wahrnehmungs- und handlungsleitende Themen interpretiert werden:

- Großes Interesse an Beziehungen
- Aufbau eines eigenen Bezugs- und Wertesystems
- Ungewisse berufliche Zukunft

Ähnlich wie in den männlichen Gruppen ergeben sich interessante Analogien zwischen den unterschiedlichen Bildungsmilieus. Die Themenkomplexe, die sowohl in der Realwelt, als auch in der Medienwelt der Studentinnen relevant sind, beziehen sich fast auf die gleichen Aspekte wie jene der Bürokauffrauen in Ausbildung (siehe die Zusammenfassungen der Rahmenkomponenten der Gruppen Studentinnen I und II und die Darstellung der Typik sowie die Ergebnisse der Inhaltsanalyse):

- Große Bandbreite an Emotionen

- Beziehungen
- Private und berufliche Autonomie

Zwischen den weiblichen Bildungsmilieus herrscht weitgehende Einigkeit bezüglich der relevanten Themen. Die gesuchten Medienemotionen spiegeln die wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen aus dem Alltag der jungen Frauen wider. Auch wenn die Beziehungsthematik in den Studentinnengruppen etwas anders diskutiert wird und beispielsweise mehr über den Mangel an persönlichem Kontakt beim Studium und weniger über Konflikte mit FreundInnen gesprochen wird, steht dennoch das Thema Beziehungen auch bei den Studentinnen im Mittelpunkt der Relevanzstrukturen. Es wird nach kompatiblen FreundInnen gesucht, zwischenmenschliche Nähe thematisiert, Beziehungsqualität im Gegensatz zu -quantität diskutiert, sowie die Strategien der Aufrechterhaltung und Suche nach FreundInnen besprochen. Eine breite Palette von Emotionen wurde im Rahmen von Beziehungsfragen erörtert, also übereinstimmend mit den beiden Gruppen der weiblichen Lehrlinge und auch stimmig mit der geschlechtstypischen Medienselektion (bezogen auf die Ergebnisse der Inhaltsanalyse). Der Aufbau des eigenen Bezugs- und Wertesystems kann mit einer allgemeinen Abgrenzungsthematik in Verbindung gebracht werden, die im Kontext von Herkunft und Familie steht. Die von den Studentinnen aufgebrachten Selbstzweifel hinsichtlich der Berufswahl illustrieren Unsicherheitsgefühle für die zukünftige Autonomie und Selbstverwirklichung. Trotzdem macht es auch aus dieser studentischen Perspektive Sinn, sich mit Medieninhalten zu beschäftigen, die Freude über sozialen Aufstieg und Anerkennung durch andere thematisieren.

Die am Ende der Gruppendiskussionen stehenden Medienpassagen liefern auch in diesen beiden Gruppen bestätigende Hinweise auf die oben dargestellten Zusammenhänge: Explizite Nutzung von Serien mit hohem Beziehungsfaktor und lebensweltlichen Analogien, genreübergreifende Beziehungsthematik (Liebe, Drama, Tragikomödie) und direkte Übereinstimmungen von persönlichen Biografien und Filmfiguren.

Durch die Analyse der selektierten Medieninhalte und deren Gegenüberstellung mit den wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen kann der komplexe Zusammenhang zwischen Medienhandeln und relevanten Themen verdeutlicht werden. Auch wenn die vorliegende Studie in Summe explorativ und qualitativ angelegt ist, deuten die oben dargestellten Ergebnisse auf eine Bewährung der formulierten Arbeitshypothesen über den Zusammenhang zwischen den drei Analyseebenen (RezipientInnenhandeln, Medieninhalte, handlungsleitende Themen) hin: Die in den Medien dargestellten verschiedenen potenziell emotionsauslösenden Situationen sind für unterschiedli-

che Zielgruppen unterschiedlich emotional relevant und werden daher unterschiedlich selektiert (H.1). Die potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen wurden über die Inhaltsanalyse erfasst. Das Kategorienschema wurde von den Grundemotionen (Angst, Ärger, Traurigkeit, Freude und Liebe) abgeleitet. Dabei wurden differenzierte geschlechtsspezifische Unterschiede erfasst (H.1.1.-5.). Nur bezüglich der Emotion Ärger wurde kein geschlechtsspezifischer Unterschied festgestellt. Weitere theorie- und empiriegeleitete Unterkategorien wurden explorativ auf geschlechtsspezifische Differenzen untersucht. Der interpretative Bezug zwischen den Ergebnissen der Inhaltsanalyse und jener der Gruppendiskussionen deutet auf den Zusammenhang zwischen alltagsrelevanten, handlungsleitenden Themen und der emotionalen Relevanz der potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen hin (H.2.). Die emotionale Relevanz der potenziell emotionsauslösenden Mediensituationen basiert auf der subjektiven Bedeutung der Handlungsziele; insbesondere, wenn deren Erreichung mit Unsicherheiten und Schwierigkeiten im Alltag der RezipientInnen verbunden ist (H.2.1.). Sowohl der Vergleich zwischen den Medieninhalten und den Gruppendiskussionen, als auch die abschließenden Medienpassagen in den Gruppendiskussionen verdeutlichen, dass Medieninhalte zur Bearbeitung relevanter Themen im Rahmen der Lebensbewältigung der RezipientInnen genutzt werden (H.3.). Die Bedeutungen der Medieninhalte stehen in Abhängigkeit zur Bedeutung ähnlicher Situationen im Kontext des Alltags (H.3.1.). Medieninhalte werden zur symbolischen Auseinandersetzung mit alltagsrelevanten bzw. handlungsleitenden Themen genützt (H.3.2.).

10 DISKUSSION

Die Medienzuwendung ist nur eine von vielen Handlungsalternativen der RezipientInnen. Medien werden im Kontext der Lebensbewältigung funktional genützt. Wahrnehmungs- und handlungsleitende Themen stehen mit den Anforderungen des Alltags bzw. mit Entwicklungs- und Lebensthemen in Verbindung. Im Sinne der strukturanalytischen Rezeptionsforschung werden mit Hilfe der Medien die relevanten Themen der RezipientInnen bearbeitet. Die verschiedenen wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen beeinflussen die Selektions- und Aneignungsprozesse. Die gleichen Medieninhalte können so aus unterschiedlichen Blickwinkeln heraus rezipiert und verstanden werden. Der intentionale Medienkonsum steht im Dienste der Alltagsbewältigung. Die RezipientInnen selektieren die Medieninhalte thematisch voreingenommen und auch im Rezeptionsprozess selbst werden die Inhalte aus den subjektiven Lebenssituationen heraus bewertet. Die Medienaneignung ist demnach „thematisch voreingenommenes Sinnverstehen“ (Neumann et al., 1990). Die eigene Lage (Identität und Biographie) wird im Rahmen der Lebensbewältigung und unter Zuhilfe-

nahme der Medien verhandelt und bearbeitet. Die wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen bzw. „Lebensthemen“ (Weiß, 2001) manifestieren sich in wiederkehrenden Szenen, die auf eine Lebensphase, damit verbundene Bedürfnisse und Ressourcen bezogen sind. Häufig sind mit den Lebensthemen Widerstände und Schwierigkeiten bei der Zielerreichung im realen Leben der RezipientInnen verbunden. Medieninhalte symbolisieren diese Themen und können als Lösungsvarianten interpretiert werden. bzw. als symbolische Bewältigung oder Spiegelung der alltagspraktischen Themen. Medien bieten so die Möglichkeit, sich mit zentralen Fragen der Lebensführung und Identität auseinanderzusetzen.

Die kognitiven Emotionstheorien können die Relevanzzuschreibungen zwischen lebensweltlichen und medienvermittelten Situationen, Personen, Ereignissen und Objekten und die darauf bezogenen medienevozierten Emotionen erklären. Emotionen werden nur durch relevante Situationen, Personen, Ereignisse und Objekte ausgelöst. Die emotionalen Reaktionen auf Medieninhalte stehen daher mit den Zielen und Bedürfnissen in der Realwelt in Verbindung und können über subjektive Relevanzstrukturen erklärt werden. Die Bedürfnislage in der Realwelt steuert die Auswahl, die Wahrnehmung, die Lesart und damit die Bewertungen der Medieninhalte, die sich auf die medieninduzierten Emotionen auswirken. Ebenso können mit Hilfe der kognitiven Emotionstheorien die zusätzlichen Bewertungsebenen im Rezeptionsprozess analysiert werden. Die Trennung von emotionsähnlichen Konzepten (Unterhaltung, Interesse) auf einer Metaebene von der szenisch-situativen Mikroebene kann auch die Zuwendung zu aversiven Medieninhalten erklären. In diesem Sinne sind Begriffe wie Eskapismus, Identifikation und Empathie missverständlich. Eskapistische Medieninhalte werden meist als von der Realität wegführend und von realen Problemen und Bedürfnissen ablenkend definiert. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit werden in diesen, vordergründig als eskapistisch bezeichneten Inhalten die Relevanzsetzungen der RezipientInnen dennoch sichtbar. Die handlungsleitenden Themen steuern allgemein die Wahrnehmung und damit auch die Medienhandlungen und können u.a. zu einer humorvollen oder spielerischen Form der Auseinandersetzung mit den dennoch wesentlichen Themen führen. Auch wenn die so genannten „eskapistischen“ Programme häufig nicht in der Lebenswelt der RezipientInnen verortet sind, bleiben doch die Bezüge zu den Lebensthemen entscheidend, die sich auf verschiedene Aspekte beziehen können (z.B. „psychologischer Realismus“, Ang, 1986). Ebenso ist der Begriff der Identifikation missverständlich, da die lebensweltlichen Ziele der RezipientInnen immer mit den dargestellten Zielen der ProtagonistInnen interagieren. Die persönliche Bedürfnislage definiert die Lesart und daher kann es kaum eine exakte Übereinstimmung der Ziele der Medienfiguren mit jenen des Publikums geben. Medienfiguren dienen der symboli-

schen Bearbeitung der Lebensthemen und nicht als lineare Übernahmeschablone fremder Ziele, fernab der eigenen Relevanzstrukturen. Diese Überlegungen können auch auf den Empathiebegriff angewendet werden, der allerdings im Rahmen der medienpsychologischen Auseinandersetzung differenziert besprochen wurde (z.B. „Emotionsinduktion“). Die geläufige Definition von Empathie als ein Hineinfühlen in eine andere (Medien-) Person ist für die Analyse der Medienaneignung nicht ausreichend. Bezugnehmend auf die kognitiven Emotionstheorien differenziert das „Multi-Reference Appraisal Model of Emotion” (Wirth et al., 2006) unterschiedliche emotionsrelevante Bezüge im Rezeptionsprozess und verdeutlicht damit die Abhängigkeit medienevozierter Emotionen von den „situationalen Referenzen“ bzw. den Bedeutungszuschreibungen der RezipientInnen. In Summe sind die Medienzuwendung und die rezeptionsbegleitenden Emotionen von relevanten bzw. handlungsleitenden Themen abhängig, die ihrerseits wiederum im Alltag der RezipientInnen fundiert sind. In den Medien wird nach der symbolischen Darstellung eben dieser relevanten Themen gesucht. Die Emotionsqualitäten entstehen in Abhängigkeit der Bewertungen der Medieninhalte aus der Perspektive der RezipientInnen mit ihren handlungsleitenden Themen.

Die Verbindung der strukturanalytischen Rezeptionsforschung mit den kognitiven Emotionstheorien kann als wertvolle Weiterentwicklung zur Analyse des RezipientInnenhandelns angesehen werden. Die übergeordnete Idee der Mediennutzung als Teil der Lebensbewältigung wird so mit sehr differenzierten Emotionstheorien verbunden, die einzelne Bewertungsschritte nachvollziehbar und auf verschiedene Bezugsebenen und Zielsetzungen anwendbar machen. Die Integration der Appraisal-Theorien mit der strukturanalytischen Rezeptionsforschung, unter Einbeziehung der handlungsleitenden Themen als Basis emotionsrelevanter Bewertungen, führt zu vielschichtigen Analysemöglichkeiten und damit zu einer umfassenderen Vorstellung von emotional relevanten Medieninhalten.

LITERATURVERZEICHNIS

Aebischer, V. & Wallbott, H. G. (1986). Measuring emotional experiences: Questionnaire design and procedure, and the nature of the sample. In K. R. Scherer, H. G. Wallbott & A. G. Summerfield (eds.), *Experiencing emotion: A cross-cultural study* (pp. 28-49). Cambridge: Cambridge University Press.

Anderson, D. R., Collins, P. A., Schmitt, K. L. & Jacobvitz, R. S. (1996). Stressful live events and television viewing. *Communication Research, 23*, 243-260.

Ang, Ien (1986). *Das Gefühl Dallas: Zur Produktion des Trivialen*. Bielefeld: Daedalus.

Arnold, M. B. (1960). *Emotion and personality. Volume I. Psychological Aspects*. New York: Columbia University Press.

Atkinson, C. (2009). Research report: Youngsters not abandoning live TV. Time spent with digital media overstated. *Broadcasting & Cable, 3*. Zugriff am 6.9.2011. Verfügbar unter http://www.broadcastingcable.com/file/2851-CRE_Video_Consumer_Mapping_ Study.pdf

Aufenanger, S. (1995). Strukturanalytische Rezeptionsforschung – Familienwelt und Medienwelt von Kindern. In E. Koenig & P. Zedler (Hrsg.), *Bilanz qualitativer Forschung: Band I: Grundlagen qualitiativer Forschung* (S. 207-219). Weinheim: Deutscher Studien Verlag.

Baacke, D., Sander, U. & Vollbrecht, R. (1990a). *Medienwelten Jugendlicher. Band 1: Lebenswelten sind Medienwelten*. Opladen: Leske und Budrich.

Baacke, D., Sander, U. & Vollbrecht, R. (1990b). *Medienwelten Jugendlicher. Band 2: Lebensgeschichten sind Mediengeschichten*. Opladen: Leske und Budrich.

Bachmair, B. (1990). Alltag als Gegenstand von Fernsehforschung. In M. Charlton & B. Bachmair (Hrsg.), *Medienkommunikation im Alltag: Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen* (S. 57-75). München: Saur.

Balint, M. (2000). *Angstlust und Regression* (5. Aufl.). Stuttgart: Klett-Cotta.

Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Bandura, A. (2000). Die Sozial-Kognitive Theorie der Massenkommunikation. In A. Schorr (Hrsg.), *Publikums- und Wirkungsforschung* (S. 153-180). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology, 3* (3), 265-299.

Bandura, A. (2002). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 121-153). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Barkow, J. H., Cosmides, L. & Tooby, J. (Hrsg.) (1992). *The adapted mind: Evolutionary psychology and the generation of culture*. New York: Oxford University Press.

Barthelmes, J. & Sander, E. (2001). *Erst die Freunde, dann die Medien: Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz. Medienerfahrungen von Jugendlichen, Band 2*. Opladen: Leske und Budrich.

Barthelmes, J. (2001). Funktionen von Medien im Prozess des Heranwachsens. *Media Perspektiven, 2*, 84-89.

Bavelas, J. B. & Chovil, N. (1997). Faces in dialogue. In J.A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 334-346). Cambridge: Cambridge University Press.

Benesch, H. (1968). *Experimentelle Psychologie des Fernsehens*. München: Reinhardt.

Bente, G. & Fromm, B. (1997). *Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Opladen: Leske und Budrich.

Bente, G. & Fromm, B. (1998). Tabubruch als Programm? Angebotsweisen, Nutzungsmuster und Wirkungen des Affekt-Fernsehens. In W. Klingler, G. Roters & O. Zöllner (Hrsg.), *Fernsehforschung in Deutschland: Themen – Akteure – Methoden*. (Teilband 2, S. 613-639). Baden-Baden: Nomos.

Bente, G. & Vorderer, P. (1997). The socio-emotional dimension of using screen media. Current perspectives in German media psychology. In P. Winterhoff-Spurk & T. H. A. van der Voort (eds.), *New horizons in media psychology: Research cooperation and projects in Europe* (pp. 125-144). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bente, G., Bahß, C., Dorando, G. & Hundgen, B. (1997). Zuschauermerkmale und Affekt-TV-Konsum. In G. Bente & B. Fromm (Hrsg.), *Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen* (S. 142-186). Opladen: Leske und Budrich.

Bente, G., Jochlik, D., Adameck, C. & Grisard, T. (1997). Angebot und Nachfrage auf dem Affektfernsehmarkt. In G. Bente & B. Fromm (Hrsg.), *Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen* (S. 79-113). Opladen: Leske und Budrich.

Bente, G., Stephan, E., Jain, A. & Mutz, G. (1992). Fernsehen und Emotion. Neue Perspektiven der psychophysiologischen Wirkungsforschung. *Medienpsychologie, 3*, 186-204.

Berger, P. L. & Luckmann, T. (1972). *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit: Eine Theorie der Wissenssoziologie* (3. Aufl). Frankfurt a. M.: Fischer.

Bergler, R. & Six, U. (1979). *Psychologie des Fernsehens*. Bern: Huber.

Berkowitz, L. (1984). Some effects of thoughts on anti- and prosocial influences of media events: A cognitive-neoassociationistic analysis. *Psychological Bulletin, 95*, 410-427.

Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Best, S. & Breunig, C. (2011). Ergebnisse auf Basis der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation: Parallele und exklusive Mediennutzung. *Media Perspektiven, 1,* 16-35.

Bewley, E. (2001). Talkshows in the USA. In C. Schneiderbauer (Hrsg.), *Daily Talkshows unter der Lupe – Wissenschaftliche Beiträge aus Forschung und Praxis* (S. 209-228). München: Fischer.

Bilandzic, H. (2005). Der Zusammenhang zwischen Rezeptions- und Auswahlstrategien beim Fernsehen. In V. Gehrau, H. Bilandzic & J. Woelke (Hrsg.), *Rezeptionsstrategien und Rezeptionsmodalitäten* (S. 167-182). München: Reinhard Fischer.

Birnbaum, D. W. (1983). Preschooler's stereotypes about sex differences in emotionality: A reaffirmation. *Journal of Genetic Psychology, 143*, 139-140.

Bischof-Köhler, D. (1989). *Spiegelbild und Empathie: Die Anfänge der sozialen Kognition*. Bern: Hans Huber.

Blumer, H. (1973). Der methodische Standort des symbolischen Interaktionismus. In: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.), *Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit* (Band 1, S. 80-146). Reinbek: Rowohlt.

Boehnke, Döring & Döring, N. (Hrsg.) (2001). *Neue Medien im Alltag: Die Vielfalt individueller Nutzungsweisen*. Lengerich: Papst.

Bohnsack, R. (2008). *Rekonstruktive Sozialforschung: Einführung in qualitative Methoden* (7. aktualisierte Aufl.). Opladen & Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich (UTB).

Bohnsack, R., Marotzki, W. & Meuser, M. (Hrsg.) (2006). *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung* (2. Aufl.). Opladen: Barbara Budrich.

Bonfadelli, H. (2004). *Medienwirkungsforschung I: Grundlagen* (3., überarbeitete Auflage). Konstanz: UVK.

Bordwell, D. (1985). *Narration in the fiction film*. Madison: University of Wisconsin Press.

Bos, W. & Koller, H.-C. (2002). Triangulation. In E. König & P. Zedler (Hrsg.), *Qualitative Forschung* (S. 271-285). Weinheim: Beltz.

Bösch, F. & Borutta, M. (2006). Medien und Emotionen in der Moderne: Historische Perspektiven. In F. Bösch & M. Borutta (Hrsg.), *Die Massen bewegen: Medien und Emotionen in der Moderne* (S. 13-41). Frankfurt a. M.: Campus.

Bosshart, L. (2006). Theorien der Medienunterhaltung: Aus dem Nichts zur Fülle. In: B. Frizzoni & I. Tomkowiak (Hrsg.), *Unterhaltung: Konzepte – Formen – Wirkungen* (S. 17-30) Zürich: Chronos.

Bourdieu, P. (1997). *Sozialer Sinn: Kritik der theoretischen Vernunft* (2. Aufl.). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Bragg, S. & Buckingham, D. (2007). "Sie sind glücklich. Und darauf kommt es schließlich an ....". In L. Mikos, D. Hoffmann & R. Winter (Hrsg.), *Mediennutzung, Identität und Identifikationen: Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen* (S. 83-100). Weinheim: Juventa.

Brandstätter, V. & Otto, J. H. (Hrsg.) (2009), *Handbuch der Allgemeinen Psychologie – Motivation und* Emotion (Band 11). Göttingen: Hogrefe.

Brinckmann, C. (2009). Die Rolle der Empathie oder Furcht und Schrecken im Dokumentarfilm. In M. Brütsch, V. Hediger, U. von Keitz, A. Schneider & M. Tröhler (Hrsg.), *Kinogefühle: Emotionalität und Film* (S. 334-360). Marburg: Schüren.

Brinckmann, C. N. (1999). Somatische Empathie bei Hitchcock: Eine Skizze. In H. B. Heller, K. Prumm & B. Peulings (Hrsg.), *Der Körper im Bild: Schauspieler – Darsteller – Erscheinen*. Marburg: Schüren.

Brosch, T. & Scherer, K. R. (2009). Komponenten-Prozess-Modell – ein integratives Emotionsmodell. In V. Brandstätter & J. H. Otto (Hrsg.), *Handbuch der Allgemeinen Psychologie – Motivation und* Emotion (Band 11, S. 446-456). Göttingen: Hogrefe.

Brosius, H. B. (1998). Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. *Publizistik, 43* (4), 341-361.

Brosius, H.-B. (2003). Unterhaltung als isoliertes Medienverhalten? Psychologische und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven. In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung: Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 74-88). Köln: Herbert von Halem.

Brown, M. E. (1994). *Soap operas and women's talk: The pleasure of resistance*. London: Sage.

Bruns, T. & Marcinkowski, F. (1997). *Politische Information im Fernsehen: Eine Längsschnittstudie*. Opladen: Leske und Budrich.

Bryant, J. & Miron, D. (2002). Entertainment as media effect. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 549-582). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Bryant, J. & Miron, D. (2003). Excitation-transfer theory and three-factor theory of emotion. In J. Bryant, D. Roskos-Ewoldsen & J. Cantor (eds.), *Communication and emotion: Essays in honor of Dolf Zillmann* (pp. 31-59). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Bryant, J. & Zillmann, D. (1984). Using television to alleviate boredom and stress: Selective exposure as a function of induced excitational states. *Journal of Broadcasting, 28* (1), 1-20.

Bryant, J. & Zillmann, D. (eds.) (1991). *Responding to the screen: Reception and reaction processes*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Bryant, J., Roskos-Ewoldsen, D. & Cantor, J. (eds.) (2003). *Communication and emotion: Essays in Honor of Dolf Zillmann*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Buck, R., Miller, R. E., & Caul, W. F. (1974). Sex, personality, and physiological variables in the communication of affect via facial expression. *Journal of Personality and Social Psychology, 30* (4), 587-596.

Buckingham, D. (1987). *Public secrets: Eastenders and it's audience*. London: British Film Institute.

Burkart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft* (4., überarbeitete und aktualisierte Auflage). Wien: Böhlau.

Bushman, B. J. & Anderson, C. A. (2001). Media violence and the American public. *American Psychologist, 56*, 477-489.

Buss, D. M. (1992). Mate preference mechanisms: Consequences for partner choice and intrasexual competition. In J. H. Barkow, L. Cosmides & J. Tooby (eds.), *The adapted mind: Evolutionary psychology and the generation of culture* (pp. 249-266). New York: Oxford University Press.

Buss, D. M. (2004). *Evolutionäre Psychologie* (2., aktualisierte Auflage). München: Pearson Studium.

Byrne, D. (1964). Repression-sensitization as a dimension of personality. In B. A. Maher (ed.), *Progress in experimental personality research*, (Vol. 1, pp. 170-220). New York: Academic Press.

Campbell, R., Elgar, K., Kuntsi, J., Akers, R., Terstegge, J., Coleman, M. & Skuse, D. (2002). The classification of fear from faces is associated with face recognition skill in women. *Neuropsychologia, 40,* 575-584.

Cantor, J. (2002). Fright reactions to mass media. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 287-306). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Cantor, J. (2006). Why horror doesn't die: The enduring and paradoxical effects of frightening entertainment. In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 315-327). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Carroll, N. (1999). Film, emotion, and genre. In C. Plantinga & G. M. Smith (eds.), *Passionate Views: Film, cognition, and emotion* (S. 21-47). Baltimore: John Hopkins University Press.

Caviola, S. (2000). *Vorschulkinder und Gewalt im Kinderprogramm: Eine qualitative Untersuchung zur Rezeption gewalthaltiger Fernsehinhalte durch Vorschulkinder*. Münster: Lit.

Charlton, M. & Borcsa, M. (1997). Thematische Voreingenommenheit, Involvement und Formen der Identifikation. In M. Charlton & S. Schneider (Hrsg.), *Rezeptionsforschung: Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien* (S. 254-267). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Charlton, M. & Borcsa, M. (1997). Thematische Voreingenommenheit, Involvement und Formen der Identifikation: Diskussion eines Modells für das aktive Zuschauerhandeln anhand eines empirischen Beispiels. In M. Charlton & S. Schneider (Hrsg.), *Rezeptionsforschung: Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien* (S. 254-267). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Charlton, M. & Neumann, K. (1986). *Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie: Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – mit fünf Falldarstellungen*. München: Psychologie Verlags Union.

Charlton, M. & Neumann, K. (1988). Mediensozialisation im Kontext: Der Beitrag des Kontextualismus und der Strukturanalyse für die Medienforschung. *Publizistik, 33* (2-3), 297-315.

Charlton, M. & Neumann, K. (1990a). Rezeptionsforschung als Strukturanalyse. In M. Charlton & B. Bachmair (Hrsg.), *Medienkommunikation im Alltag: Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen* (S. 25-56). München: Saur.

Charlton, M. & Neumann, K. (1990b). *Medienrezeption und Identitätsbildung: Kulturpsychologische und kultursoziologische Befunde zum Gebrauch von Massenmedien im Vorschulalter*. Tübingen: Gunter Narr.

Charlton, M. & Neumann, K. (1990c). *Medienrezeption und Identitätsbildung: Kulturpsychologische und kultursoziologische Befunde zum Gebrauch von Massenmedien im Vorschulalter*. Tübingen: Günter Narr.

Charlton, M. & Neumann-Braun, K. (1992). *Medienkindheit – Medienjugend: Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung*. München: Quintessenz.

Charlton, M. (1997). Rezeptionsforschung als Aufgabe einer interdisziplinären Medienwissenschaft. In M. Charlton & S. Schneider (Hrsg.), *Rezeptionsforschung: Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien* (S. 16-39). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Charlton, M. (2000). Kindliche Medienrezeption im familiären Kontext. In S. Hoppe-Graff & R. Oertler (Hrsg.), *Spielen und Fernsehen: Über die Zusammenhänge von Spiel und Medien in der Welt des Kindes* (S. 191-204). Weinheim: Juventa.

Chovil, N. (1997). Facing others: A social communicative perspective on facial displays. In J.A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 321-333). Cambridge: Cambridge University Press.

Cohen, J. (2004). Parasocial break-up from favourite television characters: The role of attachment styles and relationship intensity. *Journal of Social Personal Relationships 21*, 187-202.

Comstock, G. A. & Scharrer, E. (1999). *Television: What's on, who's watching and what it means*. San Diego: Academic Press.

Cornelißen, W. (1998). *Geschlecht und Fernsehgebrauch: Zur Rolle des Fernsehens im Alltag von Frauen und Männern*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Dale, E. (1935). *Children's attendance at motion pictures*. New York: Macmillan.

Darschin, W. & Gerhard, H. (2002). Tendenzen im Zuschauerverhalten: Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen im Jahr 2001. *Media Perspektiven, 4*, 154-165.

Darwin, C. (1965/1872). *The expression of the emotions in man and animals*. Chicago: University of Chicago Press. (Erstveröffentlichung 1872)

Dehm, U. (1984). *Fernsehunterhaltung; Zeitvertreib, Flucht oder Zwang?* Mainz: v. Hase & Koehler.

Dehm, U., Storll, D. & Beeske, S. (2004). Das heterogene Fernsehpublikum und seine Erlebnisweisen: TV-Erlebnisfaktoren und ihre Charakteristika. *Media Perspektiven, 5*, 217-225.

Dehm, U., Storll, D. & Beeske, S. (2005). Eine Anwendung der TV-Erlebnisfaktoren: Die Erlebnisqualität von Fernsehsendungen. *Media Perspektiven, 2*, 50-60.

Doll, J. & Hasebrink, U. (1989). Zum Einfluß von Einstellungen auf die Auswahl von Fernsehsendungen. In J. Groebel & Winterhoff-Spurk (Hrsg.), *Empirische Medienpsychologie* (S. 45-63). München: PVU.

Donnerstag, J. (1996). *Der engagierte Mediennutzer: Das Involvement-Konzept in der Massenkommunikationsforschung*. München: Reinhard Fischer.

Donohew, L., Finn, S. & Christ, W. (1988). "The nature of news" revisited: The roles of affect, schemes, and cognition. In L. Donohew, H. E. Sypher & T. Higgins

(eds.), *Communication, social cognition, and affect* (pp. 125-218). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Donsbach, W. & Tasche, K. (1999). *When mood management fails: A field study on the relationship between daily events, mood, and television viewing*. Vortrag auf der Jahrestagung der International Communication Association, San Francisco.

Donsbach, W. (1989). Selektive Zuwendung zu Medieninhalten: Einflußfaktoren auf die Auswahlentscheidung der Rezipienten. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 30*, 392-404.

Dysinger, W. S. & Ruckmick, C. A. (1933). *The emotional responses of children to the motion picture situation*. New York: Macmillan.

Eder, J. (2005). Affektlenkung im Film: Das Beispiel Triumph des Willens. In O. Grau & A. Keil (Hrsg.), *Mediale Emotionen: Zur Lenkung von Gefühlen durch Bild und Sound*. (S. 106-132). Frankfurt a. M.: Fischer.

Eder, J. (2007). Gefühle im Widerstreit: A Clockwork Orange und die Erklärung audiovisueller Emotionen. In A. Bartsch, J. Eder & K. Fahlenbrach (Hrsg.), *Audiovisuelle Emotionen: Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote* (S. 256-276). Köln: Herbert von Halem.

Eder, J. (2009). Die Wege der Gefühle: Ein integratives Modell der Anteilnahme an Filmfiguren. In M. Brütsch, V. Hediger, U. von Keitz, A. Schneider & M. Tröhler (Hrsg.), *Kinogefühle: Emotionalität und Film* (S. 225-242). Marburg: Schüren.

Ekman, P. & Friesen, W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. *Journal of Personality and Social Psychology, 17*, 124-129.

Ekman, P. (1972). Universals and cultural differences in facial expressions of emotion. In J. Cole (ed.), *Nebraska symposium on motivation, 1971* (pp.207-283). Lincoln: University of Nebraska Press.

Ekman, P. (1988a). Weltweite Gleichheit und kulturbedingte Unterschiede des Ausdrucks von Gefühlen. In: M. von Salisch (Hrsg.), *Gesichtsausdruck und Gefühl. 20 Jahre Forschung von Paul Ekman* (S. 15-80). Paderborn: Junfermann.

Ekman, P. (1988b). Emotionale und redebezogene Zeichen der Augenbrauen. In: M. von Salisch (Hrsg.), *Gesichtsausdruck und Gefühl. 20 Jahre Forschung von Paul Ekman* (S. 81-113). Paderborn: Junfermann.

Ekman, P. (1988c). Der Ausdruck als Ausdruck von Gefühlen. In: M. von Salisch (Hrsg.), *Gesichtsausdruck und Gefühl. 20 Jahre Forschung von Paul Ekman* (S. 115-147). Paderborn: Junfermann.

Ekman, P. (1988d). Der Ausdruck und das Wesen von Gefühlen. In: M. von Salisch (Hrsg.), *Gesichtsausdruck und Gefühl. 20 Jahre Forschung von Paul Ekman* (S. 149-179). Paderborn: Junfermann.

Ekman, P. (1988e). Die Messung der Gesichtsbewegungen mit Hilfe des Facial Action Coding Systems (FACS). In: M. von Salisch (Hrsg.), *Gesichtsausdruck und Gefühl. 20 Jahre Forschung von Paul Ekman* (S. 181-224). Paderborn: Junfermann.

Ekman, P. (2004). *Gefühle lesen. Wie Sie Emotionen erkennen und richtig interpretieren*. München: Elsevier.

Ellgring, H. & Bänninger-Huber, E. (1986). The coding of reported emotional experiences: Antecedents and reactions. In: K. R. Scherer, H. G. Wallbott & A. B. Summerfield (eds.), *Experiencing emotion. A cross-cultural study* (pp. 39-49). Cambridge: Cambridge University Press.

Ellsworth, P. C. & Scherer, K. R. (2003). Appraisal processes in emotion. In R. J. Davidson, K. R. Scherer & H. H. Goldsmith (eds.), *Handbook of affective sciences* (pp. 572-595). Oxford: Oxford University Press.

Engel, B. & Mai L. (2010). Ergebnisse der 10. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation: Mediennutzung und Lebenswelten 2010. *Media Perspektiven, 12,* 558-571.

Esser, F. & Brosius, H.-B. (2000). Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. Ein kritischer Beitrag zur Geschichtsschreibung der Medienwirkungsforschung. In A. Schorr (Hrsg.), *Publikums- und Wirkungsforschung* (S. 55-70). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Ettenhuber, A. (2007). *Die Beschleunigung des Fernsehverhaltens: Sekundäranalyse von Daten aus dem GfK-Fernsehpanel*. München: Reinhard Fischer.

Fahr, A. & Böcking, T. (2005). Nichts wie weg? Ursachen der Programmflucht. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 52* (1), 5-25.

Fahr, A. (2006). »Fernsehen fühlen«. Ein Ansatz zur Messung von Rezeptionsemotione. In W. Wirth, H. Schramm & V. Gehrau (Hrsg.), *Unterhaltung durch Medien: Theorie und Messung* (S. 204-226). Köln: Herbert von Halem.

Feierabend, S. & Kutteroff, A. (2008). Medien im Alltag Jugendlicher – multimedial und multifunktional: Ergebnisse der JIM-Studie 2008. *Media Perspektiven, 12*, 612-624.

Feierabend, S. & Rathgeb, T. (2011). Ergebnisse der JIM-Studie 2010: Medienumgang Jugendlicher in Deutschland. *Media Perspektiven, 6.* S. 299-310.

Feist, A., Bente, G. & Hündgen, B. (1997). Sozio-emotionale Wirkungsdimensionen des Affektfernsehens. In G. Bente & B. Fromm (Hrsg.), *Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen* (S. 242-285). Opladen: Leske und Budrich.

Fenigstein, A. & Heyduk, R. G. (1985). Thought and action as determinants of media exposure. In D. Zillmann & J. Bryant (eds.), *Selective exposure to communication* (pp. 113-139). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Fernanández-Dols, J. M. & Carroll, J. M. (1997). Is the meaning perceived in facial expression independent of its context? In J.A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 275-294). Cambridge: Cambridge University Press.

Fernanández-Dols, J. M. & Ruiz-Belda, M.-A. (1997). Spontaneous facial behavior during intense emotional episodes: Artistic truth and optical truth. In J.A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 255-274). Cambridge: Cambridge University Press.

Fernsehnutzung in Österreich (2011). [Analyse der ORF-Medienforschung] Zugriff am 8.2.2011. Verfügbar unter http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/c_fernsehen _nutzungsverhalten.htm

Försterling, F. (2009). Attributionale Ansätze. In V. Brandstätter & J. H. Otto (Hrsg.), *Handbuch der Allgemeinen Psychologie – Motivation und* Emotion (Band 11, S. 429-434). Göttingen: Hogrefe.

Fowles, J. (1999). *The case of telelvision violence*. Thousand Oaks: Sage.

Fridlund, A. J. (1997). The new ethology of human facial expressions. In J.A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 103-129). Cambridge: Cambridge University Press.

Frijda, N. H. & Tcherkassof, A. (1997). Facial expressions as modes of action readiness. In J.A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 78-102). Cambridge: Cambridge University Press.

Frijda, N. H. (1986). *The emotions: Studies in emotion & social interaction*. Cambridge: Cambridge University Press.

Frijda, N. H. (1998). The law of emotions. In J. M. Jenkins, K. Oatley & N. Stein (eds.), *Human emotions: A reader* (S. 271-287). Malden: Blackwell Publishers.

Fromm, B. (1999). *Privatgespräche vor Millionen: Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive*. Konstanz: UVK Medien.

Früh, H. & Fahr, A. (2006). Erlebte Emotionen: Messung von Rezeptionsemotionen am Beispiel legitimierter Gewalt im Spielfilm. *Publizistik, 1*, 24-38.

Früh, W. & Schönbach, K. (1982). Der dynamisch-transaktionale Ansatz. *Publizistik, 27*, 74-88.

Früh, W. (1991). *Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung*. Opaden: Westdeutscher Verlag.

Früh, W. (2001). Der dynamisch-transaktionale Ansatz: Ein integratives Paradigma für Medienrezeption und Medienwirkungen. In P. Rössler, U. Hasebrink & M. Jäckel (Hrsg.), *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung* (S. 11-34). München: Fischer.

Früh, W. (2002). *Unterhaltung durch das Fernsehen: Eine molare Theorie*. Konstanz: UVK.

Früh, W. (2003a). Theorien, theoretische Modelle und Rahmentheorien. Eine Einleitung. In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung: Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 9-26). Köln: Herbert von Halem.

Früh, W. (2003b). Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie (TDU). In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung: Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 27-56). Köln: Herbert von Halem.

Früh, W. (2006). Unterhaltung: Konstrukt und Beweislogik. In W. Wirth, H. Schramm & V. Gehrau (Hrsg.), *Unterhaltung durch Medien: Theorie und Messung* (S. 25-46). Köln: Herbert von Halem.

Früh, W. (2007). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis* (6. überarbeitete Aufl.). Konstanz: UVK.

Gauntlett, D. (2002). *Media, gender and identity: An introduction*. London: Routledge.

Geary, D. (1998). *Male, female: The evolution of human sex differences*. Washington: American Psychology Association.

Gehrau, V. (2003). Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine Lesart der molaren Theorie von Werner Früh. In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung: Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 57-73). Köln: Herbert von Halem.

Gehrau, V. (2006). Basisgenres und die geschlechtsspezifische Rezeption fiktionaler Unterhaltungsgenres. In H. Schramm, W. Wirth & H. Bilandzic (Hrsg.), *Empirische Unterhaltungsforschung: Studien zu Rezeption und Wirkung von medialer Unterhaltung* (S. 29-45). München: Reinhard Fischer.

Gehrau, V., Bilandzic, H. & Woelke, J. (Hrsg.) (2005). *Rezeptionsstrategien und Rezeptionsmodalitäten*. München: Reinhard Fischer.

Gerbner, G. (2000). Die Kultivierungsperspektive: Medienwirkungen im Zeitalter von Monopolisierung und Globalisierung. In A. Schorr (Hrsg.), *Publikums- und Wirkungsforschung* (S. 101-121). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorelli, N. (1980). The „mainstreaming“ of America: Violence Profile No. 11. *Journal of Communication, 30* (3), 10-29.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorelli, N. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Media effects: Ad-*

vances in theory and research (pp. 17-40). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N. & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 43-67). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Gerbner, G., Gross, L., Signorelli, N., Morgan, M. & Jackson-Beeck, M. (1979). The demonstration of power: Violence Profile no. 10. *Journal of Communication, 29* (3), 177-196.

Giegler, H. & Wenger, C. (2003). Unterhaltung als sozio-kulturelles Phänomen. In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung: Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 105-135). Köln: Herbert von Halem.

Gillespie, M. (1995). *Television, ethnicity and cultural change*. New York: Routledge.

Glasner, B. (1999). *The culture of fear: Why Americans are afraid of the wrong things*. New York: Basic Books.

Gleich, U. (1996). Sind Fernsehpersonen die „Freunde“ des Zuschauers? Ein Vergleich zwischen parasozialen und realen sozialen Beziehungen. In P. Vorderer (Hg.), Fernsehen *als „Beziehungskiste“: Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen* (S. 113-142). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Gleich, U. (1997). Parasocial Interaction with people on the screen. In P. Winterhoff-Spurk & T. H. A. van der Voort (eds.), *New horizons in media psychology: Research cooperation and projects in Europe* (pp. 35-55). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Gleich, U. (2004). Medien und Gewalt. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 587-618). Göttingen: Hogrefe.

Gleich, U. (2009). Nähe trotz Distanz: Parasoziale Interaktionen und Beziehungen zwischen Rezipienten und Sportlern. In H. Schramm & M. Mirko (Hrsg.), *Die Sozialpsychologie des Sports in den Medien* (S. 153-175). Köln: Herbert von Halem.

Gleich, U., Kreisel, E., Thiele, L., Vierling, M. & Walter, S. (1998). Sensation Seeking, Fernsehverhalten und Freizeitaktivitäten. In W. Klingler, G. Roters & O. Zöllner (Hrsg.), *Fernsehforschung in Deutschland: Themen – Akteure – Methoden* (S. 661-688). Baden-Baden: Nomos.

Goldstein, J. H. (1998). Why we watch. In J. H. Goldstein (ed.), *Why we watch: The attractions of violent entertainment* (pp. 212-226). New York: Oxford University Press.

Göttlich, U. (2006). *Die Kreativität des Handelns in der Medienaneignung*. Konstanz: UVK.

Götz, M. (2000). Die Bedeutung von Daily Soaps im Alter von 10-15-Jährigen: Seifenblasen zwischen „leicht verdaulicher Unterhaltung“ und „ein Raum für sich“. *TelevIZIon, 13* (2), 52-64.

Götz, M. (2003). Identität durch Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps für Kinder und Jugendliche. In C. Winter, T. Thomas & A. Hepp (Hrsg.), *Medienidentitäten: Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur* (S. 264-281). Köln: Herbert von Halem.

Gray, J. A. (1982). *The neuropsychology of anxiety: An enquiry into the functions of the septo-hippo-campal system*. Oxford: Clarendon Press.

Grewe-Partsch, M. & Doelker, C. (2000). Vorwort. In M. Grewe-Partsch & C. Doelker (Hrsg.), *Der gestreßte Zuschauer: Folgerungen für eine rezipientenorientierte Dramaturgie*. (S. 7-8). Stuttgart: Klett-Cotta.

Grimm, J. (1997). Physiologische und psychosoziale Aspekte der Fernsehgewalt-Rezeption: TV-Gefühlsmanagement zwischen Angst und Aggression. *Medienpsychologie, 9* (2), 127-166, 177.

Grimm, J. (1999). *Fernsehgewalt: Zuwendungsattraktivität. Erregungsverläufe. Sozialer Effekt*. *Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Grodal, T. (1997). *Moving pictures: A new theory of film genres, feelings, and cognition*. Oxford. Oxford University Press.

Groebel, J. & Gleich, U. (1993*). Gewaltprofile des deutschen Fernsehprogramms: Eine Analyse des Angebots privater und öffentlich-rechtlicher Sender*. Opladen: Leske und Budrich.

Groebel, J. (1986). Fernseh- und Videogewalt: Der aktuelle Forschungsstand. *Unterrichtswissenschaft, 14* (2), 154-162.

Groebel, J. (1988). Sozialisation durch Fernsehgewalt: Ergebnisse einer kulturvergleichenden Studie. *Publizistik, 33* (2-3), 468-481.

Groebel, J. (1994). Kinder und Medien: Nutzung, Vorlieben, Wirkungen. *Media Perspektiven 1*, 21-27.

Groeben, N. & Rustemeyer, R. (2002). Inhaltsanalyse. In E. König & P. Zedler (Hrsg.), *Qualitative Forschung* (S. 233-258). Weinheim: Beltz.

Großegger, B. (2010). *Public Value Studie 2010: Jugend und Gesellschaftspolitik. 14- bis 29-Jährige als Zielgruppe des ORF* [durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung im Auftrag des ORF]. Wien: Institut für Jugendkulturforschung.

Güdler, J. (1996). *Dynamik der Medienforschung: Eine szientometrische Analyse auf der Grundlage sozialwissenschaftlicher Fachdatenbanken. Endbericht zu einer*

Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie (MMBF). Bonn: Informationszentrum Sozialwissenschaften.

Habermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Habermas, J. (1988). *Theorie des kommunikativen Handelns* (Nachdruck der 4., durchgesehenen Aufl.). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Hackenberg, A. (2004). *Filmverstehen als kognitiv-emotionaler Prozess: Zum Instruktionscharakter und dessen Bedeutung für die Medienrezeptionsforschung*. Berlin: Logos.

Hajok, D. & Richter, A. (2005). Medienrezeption als Kommunikatbildungsprozess: Ein Forschungsprojekt zur individuellen Rezeption von Tod im Film. In V. Gehrau, H. Bilandzic & J. Woelke (Hrsg.), *Rezeptionsstrategien und Rezeptionsmodalitäten* (S. 201-217). München: Reinhard Fischer.

Hall, S. (1999). Kodieren/Decodieren. In R. Bromley, U. Göttlich & C. Winter (Hrsg.), *Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung* (S. 92-110). Lüneburg: zu Klampen.

Hargrave, A. M. (2003). *How children interpret screen violence*. London: British Broadcasting Corporation.

Hartmann, T. & Klimmt, C. (2005). Ursachen und Effekte Parasozialer Interaktion im Rezeptionsprozess: Eine Fragebogenstudie auf Basis des PSI-Zwei-Ebenen-Modells. *Zeitschrift für Medienpsychologie, 17* (3), 88-98.

Hartmann, T. & Schramm, H. (2005). *Entwicklung eines Skaleninstruments zur postrezeptiven Messung parasozialer Interaktionen* [Vortrag auf der 4. Tagung der Fachgruppe Medienpsychologie in der Deutschen Gesellschaft für Psychologie]. Erfurt.

Hartmann, T., Daschmann, G. & Stuke, D. (2006). Parasoziale Beziehungen zu Sportlern. Eine empirische Studie am Beispiel von Formel-1-Fahrern. In H. Schramm, W. Wirth & H. Bilandzic (Hrsg.), *Empirische Unterhaltungsforschung: Studien zu Rezeption und Wirkung von medialer Unterhaltung* (S. 149-167). München: Reinhard Fischer.

Hartmann, T., Stuke, D. & Daschmann, G. (2008). Positive parasocial relationships with drivers affect suspence in racing sport spectators. *Journal of Media Psychology, 20* (1), 24-34.

Hasebrink, U. & Krotz, F. (1991). Das Konzept der Publikumsaktivität in der Kommunikationswissenschaft. *Spiel, 1*, 115-139.

Hasebrink, U. & Paus-Hasebrink, I. (2005). Dimensionen, Modalitäten, Typen: Was ist was in der Rezeptionsforschung? Ein Sortierversuch als Conclusio. In V. Gehrau, H. Bilandzic & J. Woelke (Hrsg.), *Rezeptionsstrategien und Rezeptionsmodalitäten* (S. 235-245). München: Reinhard Fischer.

Hasebrink, U. (2003). Mediennutzungsforschung. In G. Bentele, H.-B. Brosius & O. Jarren (Hrsg.), *Handbuch der öffentlichen Kommunikation* (S. 101-127). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Hatfield, E., Cacioppo, J. T. & Rapson, R. L. (1994). *Emotional contagion: Studies in emotion & social interaction*. New York: Cambridge University Press.

Hebb, D. O. (1955). Drives and the C.N.S. (conceptual nervous system). *Psychological Review, 62*, 243-254.

Hediger, V. (2006). Gefühlte Distanz: Zur Modellierung von Emotion in der Film- und Medientheorie. In F. Bösch & M. Borutta (Hrsg.), *Die Massen bewegen: Medien und Emotionen in der Moderne* (S. 42-62). Frankfurt a. M.: Campus.

Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: John Wiley & Sons.

Hepp, A. (2010). *Cultural Studies und Medienanalyse: Eine Einführung* (3., überarbeitete und erweiterte Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hess, U. & Kappas, A. (2009). Appraisaltheorien: Komplexe Reizbewertung und Reaktionsselektion. In G. Stemmler (Hrsg.), *Psychologie der Emotion* (Enzyklopädie der Psychologie: Motivation und Emotion, Band 3, S. 247-290). Göttingen: Hogrefe.

Hess, U. (2001a) The experience of emotion: Situational influences on the elicitation and experience of emotions. In A. Kaszniak (ed.), *Emotions, qualia, and consciousness* (pp. 386-396). Singapore: World Scientific Publishing.

Hess, U. (2001b). The communication of emotion. In A. Kaszniak (ed.), *Emotions, qualia, and consciousness* (pp. 397-409). Singapore: World Scientific Publishing.

Hess, U., Senécal, S., Kirouac, G., Herrera, P., Philippot, P & Kleck, R. E. (2000). Emotional expressivity in men and women: Stereotypes and selfperceptions. *Cognition and Emotion, 14* (5), 609-642.

Hetsroni, A. & Tukachinsky, R. H. (2006). Television-world estimates, real-world estimates, and television viewing: A new scheme for cultivation. *Journal of Communication, 56* (1), 133-156.

Hewig, J., Hagemann, D. & Seifert, J. (2005). A revised film set for the induction of basic emotions. *Cognition and Emotion, 19*, 1095-1109.

Hickethier, K. (2007). *Film- und Fernsehanalyse* (4. aktualisierte und erweiterte Aufl.). Stuttgart: J.B. Metzler'sche Verlagsbuchhandlung und Carl Ernst Poeschel.

Hipfl, B., Klaus, E. & Scheer, U. (Hrsg.) (2004). *Identitätsräume: Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie*. Bielefeld: transcript.

Hobson, D. (1982). *Crossroads: the Drama of a Soap Opera*. London: Methuen.

Hochschild, A. R. (1990). *Das gekaufte Herz: Zur Kommerzialisierung von Gefühlen*. Frankfurt a. M.: Campus.

Hogben, M. (1998). Factors moderating the effect of televised aggression on viewer behavior. *Communication Research, 25*, 220-247.

Holly, W. & Püschel, U. (1993). *Medienrezeption als Aneignung: Methoden und Perspektiven qualitativer Rezeptionsforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Horton, D. & Wohl, R. (1986). Mass communication and parasocial interaction: Oberservation on intimacy at a distance. In G. Gumpert & R. Cathcart (eds.), *Inter/Media: International communication in a media world* (pp. 185-206). New York: Oxford University Press.

Horton, D. & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and parasocial interaction: Observation on intimacy at a distance. *Journal of Psychiatry, 19*, 215-229.

Huber, N. & Meyen, M. (Hrsg.) (2006). *Medien im Alltag: Qualitative Studien zur Nutzungssituation und zur Bedeutung von Medienangeboten*. Berlin: Lit.

Hunziker, P. (1976). Fernsehen und interpersonelle Kommunikation in der Familie. *Publizistik, 21*, 180-195.

Izard, C. E. (1971). *The face of emotion*. New York: Appleton Century Crofts.

Izard, C. E. (1997). Emotions and facial expressions: A perspective from Differential Emotions Theory. In J.A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 57-77). Cambridge: Cambridge University Press.

Jäckel, M. (2008). *Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung* (4., überarbeitete und erweiterte Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

James, W. (1890/1950). *Principles of psychology*. New York: Dover. (Original erschienen 1890)

Janschek, E., Vitouch, P. & Tinchon, H.-J. (1997). Wer reagiert wie auf Actionfilme? Versuch einer mehrdimensionalen Typenbildung unter besonderer Berücksichtigung der Medienkompetenz. *Medienpsychologie, 9* (3), 209-234, 248.

Jowett, G. S. (1985). Giving them what they want: Movie audience research before 1950. In B. A. Austin (ed.), *Current research in film: Audiences, economics, and law*. (Vol. 1, pp. 19-35). Norwood: Ablex Publication Corporation.

Katz, E. & Foulkes, D. (1962). On the use of the mass media as escape: Clarification of a concept. *Public Opinion Quarterly, 26* (3), 377-388.

Katz, E. (1959). Mass communication research and the study of popular culture. *Studies in Public Communication, 2*, 1-6.

Keil, A. & Grau, O. (2005). Mediale Emotionen: Auf dem Weg zu einer historischen Emotionsforschung. In O. Grau & A. Keil (Hrsg.), *Mediale Emotionen: Zur Lenkung von Gefühlen durch Bild und Sound*. (S. 7-19). Frankfurt a. M.: Fischer.

Keitel, E. & Boehnke, K. & Wenz, K. (Hrsg.) (2003). *Neue Medien im Alltag: Nutzung, Vernetzung, Interaktion*. Lengerich: Papst Science Publishers.

Kepplinger, H. M. & Tullius, C. (1995). Fernsehunterhaltung als Brücke zur Realität: Wie die Zuschauer mit der Lindenstraße und dem Alten umgehen. *Rundfunk und Fernsehen, 43* (2), 139-157.

Kepplinger, H. M. & Weißbecker (1997). Geborgte Erfahrungen. Der Einfluß enttäuschter Lebensentwürfe auf die Nutzung von Fernsehunterhaltung. *Medienpsychologie, 1*, 57-74.

Kim, S. (2004). Rereading David Morley's The ‚Nationwide'-Audience. *Cultural Studies, 18* (1), 84-108.

Klaus, E. & O'Connor, B. (2010). Aushandlungsprozesse im Alltag: Jugendliche Fans von Castingshows. In J. Röser, T. Thomas & C. Peil (Hrsg.), *Alltag in den Medien – Medien im All*tag (S. 48-72). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Klaus, E. (1996). Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile. *Rundfunk und Fernsehen, 44*, 402-417.

Kleiter, E. F. (1997). *Film und Aggression – Aggressionspsychologie: Theorie und empirisiche Ergebnisse mit einem Beitrag zur Allgemeinen Aggressionspsychologie*. Weinheim: Deutscher Studienverlag.

Klimmt, C., Hartmann, T. & Schramm, H. (2006). Parasocial interactions and relationships. In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 291-313). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Klüver, J. (1995). Das Besondere und das Allgemeine: Über die Generalisierbarkeit in der qualitativen Sozialforschung. In E. Koenig & P. Zedler (Hrsg.), *Bilanz qualitativer Forschung: Band I: Grundlagen qualtiativer Forschung* (S. 285-307). Weinheim: Deutscher Studien Verlag.

Knobloch, S., Callison, C., Chen, L., Fritzsche, A. & Zillmann, D. (2005). Children's sex-stereotyped self-socialization through selective exposure to entertainment: Cross-cultural experiments in Germany, China, and the United States. *Journal of Communication, 55*(1), 122-138.

Knobloch-Westerwick, S. (2006). Mood management theory, evidence, and advancements. In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 239-254). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Krcmar, M. & Greene, K. (1999). Predicting exposure to and uses of television violence. *Journal of Communication, 49* (3), 24-45.

Kronewald, E. (2007). *Fernsehnutzung von Singles und Liierten*. München: Reinhard Fischer.

Krotz, F. (1993). Fernsehen fühlen: Auf der Suche nach einem handlungstheoretischen Konzept für das emotionale Erleben des Fernsehens. *Rundfunk und Fernsehen, 41*, 477-496.

Krotz, F. (1996). Der symbolisch-interaktionistische Beitrag zur Untersuchung von Mediennutzung und -rezeption. In F. Krotz & U. Hasebrink (Hrsg.), *Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Zum Verständnis individueller Nutzungs- und Rezeptionsmuster* (S. 52-75) Hamburg: Nomos.

Krotz, F. (2001). Der Symbolische Interaktionismus und die Kommunikationsforschung: Zum hoffnungsvollen Stand einer schwierigen Beziehung. In: P. Rössler, U. Hasebrink & M. Jäckel (Hrsg.), *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung* (S. 73-95). München: Fischer.

Krüger, U. M. & Zapf-Schramm, T. (2001). Die Boulevardisierungskluft im deutschen Fernsehen. *Media Perspektiven, 7*, 326-344.

Krüger, U. M. (2002). Thementrends im Talkshowangebot der neunziger Jahre. In J. Tensch & C. Schicha (Hrsg.), *Talk auf allen Kanälen* (S. 141-160), Opladen: Westdeutscher Verlag.

Kübler, H. D. (1982). Kino und Film. In H. J. Kagelmann & G. Wenninger (Hrsg.), *Medienpsychologie* (S. 45-59). München: Urban und Schwarzenberg.

Kuchenbuch, K. & Simon, E. (2004). Medien im Alltag Sechs- bis 13-Jähriger: Trends, Zielgruppen und Tagesablauf. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“. *Media Perspektiven, 9*, 441-452.

Kuchenbuch, T. (2005). *Filmanalyse. Theorien. Methoden. Kritik*. Wien: Böhlau.

Kunczik, M. & Zipfel, A. (2006). *Gewalt und Medien: Ein Studienhandbuch* (5., völlig überarbeitete Aufl.). Köln: Böhlau.

Kunczik, M. & Zipfel, A. (2007). Emotionale Wirkungen: Gewaltdarstellungen. In M. Schenk (Hrsg.), Medienwirkungsforschung (S. 215-244). Tübingen: Mohr Siebeck.

Lambie, J. A. & Marcel, A. J. (2002). Consciousness and the varieties of emotion experience: A theoretical framework. *Psychological Review, 109*, 219-259.

Lamnek, S. (2005a). *Gruppendiskussion: Theorie und Praxis* (2. Aufl.). Weinheim: Beltz.

Lamnek, S. (2005b). *Qualitative Sozialforschung: Lehrbuch* (4., vollständig überarbeitete Aufl.) Weinheim: Beltz.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-52). New York: Cooper Square Publication.

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. & Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Duell, Sloan and Pearce.

Lazarus, R. S. (1966). *Psychological stress and the coping process*. New York: McGraw-Hill.

Lazarus, R. S. (1984). Thoughts on the relations between emotion and cognition. In K. R. Scherer & P. Ekman (eds.), *Approaches to emotion.* (pp. 247-257). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. New York: Oxford University Press.

Lazarus, R. S. (2001). Relational Meaning and discrete emotions. In K. R. Scherer, A. Schorr & T. Johnstone (eds.), *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research* (pp. 37-67). Oxford: Oxford University Press.

Leffelsend, S., Mauch, M. & Hannover, B. (2004). Mediennutzung und Medienwirkung. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 51-71). Göttingen: Hogrefe.

Levy, M. & Windahl, S. (1984). Audience activity and gratifications: A conceptual clarification and exploration. *Communication Research*, 11, 51-78.

Lindner-Braun, C. (2007). *Mediennutzung: Methodologische, methodische und theoretische Grundlagen*. Berlin: Lit.

Livingstone, S. (1990). *Making sense of television: The psychology of audience interpretation*. Oxford: Pergamon Press.

Lorenz, W., et al. (2009). Strategie- und Strukturkonzept 2010/2011 FF. Programmdirektion Fernsehen. In *ORF 2015. Teilband Anhang und Bereichskonzepte* (S. 29-48).

Luger, K. (1989). Die Macht der Gewohnheit: Wie Jugendliche mit dem Fernsehen umgehen. In D. Baacke & H.-D. Kübler (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung: Konzepte und Erprobungen* (S. 223-251). Tübingen: Max Niemeyer.

Lundqvist, L.-O. (1993). *Emotional contagion to facial expressions: A social psychophysiological examination*. Comprehensive summaries of Uppsala dissertations from the faculty of Social Sciences, 41. Uppsala: ACTA Universitatis Upsaliensis.

Maass, A., Lohaus, A. & Wolf, O. T. (2010). Media and stress in adolescent boys in Germany: Psychophysiological effects of violent and nonviolent television programs and video games. *Journal of Children and Media, 4 (1), 18-38.*

Mader, B. (2011). *Kurier.* Zugriff am 5.7.2011. Verfügbar unter http://www.kurier.at/kultur/3920110.php

Maier, J. H. (2005). Bestehen parasoziale Beziehungen zu Politikern? Eine empirische Exploration mit der Repertory Grid Technik. *Zeitschrift für Medienpsychologie, 17* (3), 99-109.

Maletzke, G. (1963). *Psychologie der Massenkommunikation*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.

Maletzke, G. (1988). *Massenkommunikationstheorien*. Tübingen: JCB Mohr.

Mangold, R. (1998). Emotionale Wirkungsaspekte während der Fernsehrezeption. In W. Klingler, G. Roters & O. Zöllner (Hrsg.), *Fernsehforschung in Deutschland: Themen – Akteure – Medthoden* (Teilband 2, S. 641-660). Badan-Baden: Nomos.

Mangold, R. (2000). Der abendliche Horror? Unterhaltung und Emotionen bei Fernsehnachrichten. In G. Roters, W. Klingler & M. Gerhards (Hrsg.), *Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption* (S. 119-140). Baden-Baden: Nomos.

Mangold, R. (2001). „Mediengefühle“ - Zum Stand der emotionspsychologischen Fundierung medienpsychologischer Nutzungs- und Wirkungsforschung. In R. K. Silbereisen & M. Reitzle (Hrsg.), *Bericht über den 42. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Psychologie* (S. 400-413). Lengerich: Pabst Science Publishers.

Mangold, R. (2004). Infotainment und Edutainment. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 527-542). Göttingen: Hogrefe.

Mangold, R. (2007). Anforderungen an die Erklärung audiovisueller Emotionen und Vorstellung eines integrativen Ansatzes. In A. Bartsch, J. Eder & K. Fahlenbrach (Hrsg.), *Audiovisuelle Emotionen: Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote* (S. 171-186). Köln: Herbert von Halem.

Mangold, R., Unz, D. & Winterhoff-Spurk, P. (2001). Zur Erklärung emotionaler Medienwirkungen: Leistungsfähigkeit, empirische Überprüfung und Fortentwicklung theoretischer Ansätze. In: P. Rössler, U. Hasebrink & M. Jäckel (Hrsg.), *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung* (S. 163-180). München: Fischer.

Mangold, R., Vorderer, P. & Bente G. (Hrsg.) (2004). *Lehrbuch der Medienpsychologie*. Göttingen: Hogrefe.

Mangold, W. (1960). *Gegenstand und Methode des Gruppendiskussionsverfahrens*. Frankfurt a.M.: Europäische Verlagsanstalt.

Mangold, W. (1973). Gruppendiskussionen. In R. König (Hrsg.), *Handbuch der empirischen Sozialforschung* (Band 2, S. 228-259), Stuttgart: Ferdinand Enke.

Mangold, W. (1988). Gruppendiskussionen als Instrument der Untersuchung von kollektiven Orientierungen in Gruppen von Jugendlichen. In W. Mangold & R. Bohnsack (Hrsg.), *Kollektive Orientierungen in Gruppen von Jugendlichen: Forschungsbericht für die Deutsche Forschungsgemeinschaft* (S. 8-63). Erlangen.

Mannheim, K. (1980). *Strukturen des Denkens*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. (Original 1922-1925, unveröff. Manuskripte)

Mayr, M. (2005). *Emotions in facial expressions and body postures: A novel methodological approach*. Unveröffentlichte Dissertation, Universität Wien.

McDonald, D. (1957). A theory of mass culture. In B. Rosenberg & D. M. White (eds.), *Mass culture: The popular arts in America* (pp. 91-119). Glencoe: The Free press.

McDougall, W. (1908/1960). *An introduction to social psychology* (31st ed.). London: Methuen. (Erstausgabe erschienen 1908)

McQuail, D. (1972). *Towards a sociology of mass communications*. London: Collier-Macmillan.

Mead, G. H. (1968). *Geist, Identität, Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Mehling, G. (2007). *Fernsehen mit Leib und Seele: Eine phänomenologische Interpretation des Fernsehens als Handeln*. Konstanz: UVK.

Meinong, A. (1894/1968). Psychologisch-ethische Untersuchungen zur Werttheorie. Graz: Leuschner & Lubensky. Wiederabdruck in R. Haller & R. Kindinger (Hrsg.), *Alexius Meinong Gesamtausgabe Band III. Abhandlungen zur Werttheorie*. (S. 1-244). Graz: Akademische Druck und Verlagsanstalt.

Meinong, A. (1923/1968). Zur Grundlegung der allgemeinen Werttheorie. Graz: Leuschner & Lubensky. Wiederabdruck in R. Haller & R. Kindinger (Hrsg.), *Alexius Meinong Gesamtausgabe Band III. Abhandlungen zur Werttheorie*. (S. 469-656). Graz: Akademische Druck und Verlagsanstalt.

Merten, K. (1984). Vom Nutzen des „Uses and Gratifications Approach“: Anmerkungen zu Palmgreen. *Rundfunk und Fernsehen, 32*, 66-72.

Merton, R. K. & Kendall, P. L. (1993). Das fokussierte Interview. In C. Hopf & E. Weingarten (Hrsg.), *Qualitative Sozialforschung* (S. 171-204). Stuttgart: Klett-Cotta.

Meyen, M. & Pfaff, S. (2006). Rezeption von Geschichte im Fernsehen: Eine qualitative Studie zu Nutzungsmotiven, Zuschauererwartungen und zur Bewertung einzelner Darstellungsformen. *Media Perspektiven, 2*, 102-106.

Meyen, M. (2004). *Mediennutzung: Mediaforschung, Medienfuktionen, Nutzungsmuster* (2., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK.

Meyer, W.-U., Schützwohl, A. & Reisenzein, R. (2001). *Einführung in die Emotionspsychologie. Band I: Die Emotionstheorien von Watson, James und Schachter* (2., überarbeitete Aufl.). Bern: Hans Huber.

Meyer, W.-U., Schützwohl, A. & Reisenzein, R. (2003). *Einführung in die Emotionspsychologie. Band II: Evolutionspsychologische Emotionstheorien* (3., korrigierte Aufl.). Bern: Hans Huber.

Mikos, L. & Eichner, S. (2006). Involvement durch Action und Narration bei „Der Herr der Ringe“ – Addressierungsstrategien und Zuschauerorientierung. In: B. Frizzoni & I. Tomkowiak (Hrsg.), *Unterhaltung: Konzepte – Formen – Wirkungen* (S. 293-320). Zürich: Chronos.

Mikos, L. & Topper, C. (2009). Erfolgreiche Familienformate: Analyse von „Wetten, dass ..?“, „DSDS“ und Sportsendungen. *Televizion, 22* (1), 39-43.

Mikos, L. (1994). *Es wird dein Leben! – Familienserien im Fernsehen und Alltag der Zuschauer.* Münster: MAkS Publikationen.

Mikos, L. (2001). *Fern-Sehen: Bausteine zu einer Rezeptionsästhetik des Fernsehens*. Berlin: Vistas.

Mikos, L. (2004). Medienhandeln im Alltag – Alltagshandeln mit Medienbezug. In U. Hasebrink, L. Mikos & E. Prommer (Hrsg.), *Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen* (S. 21-40). München: Reinhard Fischer.

Mikos, L. (2005). Selbstermächtigung mit populären Fernsehformaten. *Merz 49* (2), 54-59.

Mikos, L. (2006). Unterhält Unterhaltung? Überlegungen zu Unterhaltung als Rezeptionskategorie. In W. Wirth, H. Schramm & V. Gehrau (Hrsg.), *Unterhaltung durch Medien: Theorie und Messung* (S. 127-141). Köln: Herbert von Halem.

Mikos, L., Winter, R. & Hoffmann, D. (2007). Einleitung: Medien – Identität – Identifikation. In L. Mikos, R. Winter & D. Hoffmann (Hrsg.), *Mediennutzung, Identität und Identifikationen: Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen* (S. 7-20). Weinheim: Juventa.

Mikos, W. (2003b). Populärkulturelles Vergnügen. Der Umgang mit unterhaltenden Formaten in den Cultural Studies. In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung: Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 89-104). Köln: Herbert von Halem.

Miller, J. (1976). *Toward a new psychology of women*. Boston: Beacon Press.

Morgan, M. & Shanahan, J. (1997). Two decades of cultivation research: An appraisal and meta-analysis. In B. R. Burleson (ed.), *Comminication yearbook 20* (pp. 1-45). Thousand Oaks: Sage.

Morley, D. (1980). *The Nationwide audience: Structure and decoding*. London: BFI.

Morrison, D. E. (2003). The difference between adults' and children's definition of violence. In A. M. Hargrave (ed.), *How children interpret screen violence* (pp. 61-68). London: British Broadcasting Corporation.

Mundorf, N., Drew, D., Zillmann, D. & Weaver, J. (1990). Effects on disturbing news on recall of subsequently presented news. *Communications Research, 17* (5), 601-615.

Myrtek, M., Scharff, C. & Brügner, G. (1997). Psychophysiologische Untersuchungen zum Fernsehverhalten bei 11- und 15-jährigen Schülern unter besonderer Berücksichtigung der emotionalen Reaktionen. In M. Charlton & S. Schneider (Hrsg.), *Rezeptionsforschung: Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien* (S. 122-146). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Naby, R. L. (1999). A cognitive-functional model for the effects of discrete negative emotions on information processing, attitude change, and recall. *Communication Theory, 9* (3), 292-320.

Naby, R. L. (2002). Discrete emotions and persuasion. In: J. P. Dillard & M. Pfau (eds.), *The persuasion handbook: Developments in theory and practice* (pp. 289-308). Thousand Oaks: Sage.

Naby, R. L. (2003). Exploring the framing effects of emotion – Do discrete emotions differentially influence information accessibility, information seeking, and policy preference? *Communication Research, 30* (2), 224-247.

Neumann, K. & Charlton, M. (1988). Massenkommunikation als Dialog: Zum aktuellen Diskussionsstand der handlungstheoretisch orientierten Rezeptionsforschung. *Communications, 14* (3), 7-38.

Neumann, K. & Charlton, M. (1989). Strukturanalytische Rezeptionsforschung: Theorie, Methode und Anwendungsbeispiele. In D. Baacke & H.-D. Kübler (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung: Konzepte und Erprobungen* (S. 177-193). Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Neumann, K. & Charlton, M. (1990). Subjekt- und handlungstheoretische Rezeptionsmodelle. In K. Neumann & M. Charlton (Hrsg.), *Spracherwerb und Mediengebrauch* (S. 29-44). Series: ScriptOralia.

Neumann-Braun, K. & Autenrieth, K. (2011) (Hrsg.). *Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup Kommunikation*. Baden-Baden: Nomos.

Neumann-Braun, K. (2005). Strukturanalytische Rezeptionsforschung. In L. Mikos & C. Wegener (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung: Ein Handbuch* (S. 58-66). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Newhagen, J. E. & Reeves, B. (1992). The evening's bad news: Effects of compelling negative television news images on memory. *Journal of Communication, 42* (2), 25-40.

Niedenthal, P. M., Halberstadt, J. B., Margolin, J. & Innes-Ker, A. H. (2000). Emotional state and the detection of change in facial expression of emotion. *European Journal of Social Psychology, 30,* 211-222.

Noelle-Neumann, E. (1980). *Die Schweigespirale*. München: Piber.

Noelle-Neumann, E. (1986). Lesen in der Informationsgesellschaft. In H.-J. Koppitz (Hrsg.), *Gutenberg-Jahrbuch 61* (S. 295-301). Mainz: Gutenberg-Gesellschaft.

O'Neal, E. C. & Taylor, S. L. (1989). Status of the provoker, opportunity to retaliate, and interest in video violence. *Aggressive Behavior, 15*, 171-180.

Oehman, A. (1999). Distinguishing unconscious from conscious emotional processes: Methodological considerations and theoretical implications. In T. Dalgleish & M. Power (eds.), *Handbook of cognition and emotion* (pp. 321-352). West Sussex: John Wiley & Sons.

Oevermann, U. (1986). Kontroversen über sinnverstehende Soziologie. In S. Aufenanger & M. Lenssen (Hrsg.), *Handlung und Sinnstruktur* (S. 19-83). München: Kindt.

Ohler, P. (1994). *Kognitive Filmpsychologie: Verarbeitung und mentale Repräsentation narrativer Filme*. Münster: MAkS-Publikationen.

Oliver, M. B. (1993). Exploring the paradox of the enjoyment of sad films. *Human Communication Research, 3*, 315-342.

Oliver, M. B. (2000). The respondent gender gap. In D. Zillmann, P. Vorderer (eds.), *Media entertainment: The psychology of its appeal* (pp 215-234). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Oliver, M. B. (2003). Mood management and selective exposure theory. In J. Bryant, D. Roskos-Ewoldsen & J. Cantor (eds.), *Communication and emotion: Essays in honor of Dolf Zillmann* (pp. 85-106). Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Ortony, A., Clore, G. L. & Collins, A. (1988). *The cognitive structure of emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.

Otto, H., Euler, H. A. & Mandl, H. (2000a) (Hrsg.). *Emotionspsychologie: Ein Handbuch*. Weinheim: Beltz.

Otto, H., Euler, H. A. & Mandl, H. (2000b). Begriffsbestimmungen. In J. H. Otto, H. A. Euler & H. Mandl (Hrsg.), *Emotionspsychologie: Ein Handbuch* (S. 11-18). Weinheim: Beltz.

Paik, H. & Comstock, G. (1994). The effects of television violence on anti-social behavior: A meta-analysis. *Communication Research, 21*, 468-475.

Palmgrenn, P. & Rayburn, J. D. (1982). Gratifications sought and media exposure: An expectancy value model. *Communication Research, 9*, 561-580.

Paus-Hasebrink, I. (2010a). Das Social Web im Kontext der Entwicklungsaufgaben junger Menschen. *Medien Journal, 4*, 20-34.

Paus-Hasebrink, I. (2010b). Lebens-Herausforderungen: Medienumgang und Lebensaufgaben. Was muss kommunikationswissenschaftliche Forschung leisten. In M. Hartmann & A. Hepp (Hrsg.), *Die Mediatisierung der Alltagswelt* (S. 195-210). Wiesbaden: SV Verlag.

Pearlin, L. I. (1959). Social and personality stress and escape television viewing. *Public Opinion Quarterly, 23*, 255-259.

Perse, E. M. & Rubin, R. B. (1989). Attribution in social and parasocial relationships. *Communication Research, 18* (1), 59-77.

Perse, E. M. (1990a). Involvement with local television news: Cognitive and emotional dimensions. *Human Communication Research, 16* (4), 556-581.

Perse, E. M. (1990b). Media involvement and local news effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 34* (1), 17-36.

Perse, E. M. (1998). Implications of cognitive and affective involvement for channel changing. *Journal of Communication, 48* (3), 49-68.

Perse, E. M. (2001). *Media effects and society*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Pessoa, L. Japee, S. & Ungerleider, L. G. (2005). Visual awareness and the detection of fearful faces. *Emotion, 2*, 243-247.

Petzold, J. & Wieler, P. (2007). Medienvorlieben von Zweitklässlern in der Perspektive von Eltern und Kindern. In L. Mikos, D. Hoffmann & R. Winter (Hrsg.), *Mediennutzung, Identität und Identifikationen: Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen* (S. 101-118). Weinheim: Juventa.

Pfetsch, B. (1996). Konvergente Fernsehformate in der Politikberichterstattung? Eine vergleichende Analyse öffentlich-rechtlicher und privater Programme 1985/86 und 1993. *Rundfunk und Fernsehen, 44* (4), 479-498.

Plantinga, C. (1999). The scene of empathy and the human face on film. In C. Plantinga, & G. M. Smith (eds.), *Passionate Views: Film, cognition, and emotion* (S. 239-255). Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

Plutchik, R. (1962). *The emotions: Facts, theories, and a new model*. New York: Random House.

Plutchik, R. (1984). Emotions: A general psychoevolutionary theory. In K. R. Scherer & P. Ekman (eds.), *Approaches to emotion.* (pp. 197-219). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Plutchik, R. (1993). Emotions and their vicissitudes: Emotions and psychopathology. In M. Lewis & M. Haviland (eds.), *Handbook of emotions* (pp. 53-66). New York: Guilford Press.

Pollock, F. (1955). *Gruppenexperiment – Ein Studienbericht (= Frankfurter Beiträge zur Soziologie, Bd. 2).* Frankfurt a. M.: Europäische Verlagsanstalt.

Provine, R. P. (1997). Yawns, laughs, smile, tickles, and talking: Naturalistic and laboratory studies of facial action and social communication. In J.A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 158-175). Cambridge: Cambridge University Press.

Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2009). *Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch*. (2. korrigierte Aufl.). München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Przyborski, A. (2004). *Gesprächsanalyse und dokumentarische Methode: Qualitative Auswertung von Gesprächen, Gruppendiskussionen und anderen Diskursen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Radway, J. (1984). *Reading the romance*. London: Verso.

Raney, A. A. (2003). Disposition theory. In J. Bryant, D. Roskos-Ewoldsen & J. Cantor (eds.), *Communication and emotion: Essays in honor of Dolf Zillmann* (pp. 61-84). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Raney, A. A. (2006). The psychology of disposition-based theories of media enjoyment. In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 137-150). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Rayburn, J. D. & Palmgreen, P. (1984). Merging uses and gratifications and expectancy value theory. *Communication Research, 11*, 537-562.

Reisenzein, R. (2009). Einschätzung. In V. Brandstätter & J. H. Otto (Hrsg.), *Handbuch der Allgemeinen Psychologie – Motivation und* Emotion (Band 11, S. 435-445). Göttingen: Hogrefe.

Reisenzein, R., Meyer, W.-U. & Schützwohl, A. (2003). *Einführung in die Emotionspsychologie. Band III. Kognitive Emotionstheorien*. Bern: Hans Huber.

Renaud, D. & Unz, D. (2006). Die M-DAS – eine modizifierte Version der Differenziellen Affekt Skala zur Erfassung von Emotionen bei der Mediennutzung. *Zeitschrift für Medienpsychologie, 18* (2), 70-75.

Renckstorf, K. & Wester, F. (2001). The “Media Use as Social Action” Approach: Theory, methodology and research evidence so far. *Communications, 26*, 389-419.

Renckstorf, K. (1973). Alternative Ansätze zur Massenkommunikationsforschung: Wirkungs- vs. Nutzenansatz. *Rundfunk und Fernsehen, 21*, 183-197.

Renckstorf, K. (1989). Mediennutzung als soziales Handeln: Zur Entwicklung einer handlungstheoretischen Perspektive der empirischen (Massen-) Kommunikationsforschung. In M. Kaase & W. Schulz (Hrsg.), *Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde* (S. 336-341). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Reuband, K.-H. (1998). Kriminalität in den Medien: Erscheinungsformen, Nutzungsstruktur und Auswirkungen auf die Kriminalitätsfurcht. *Soziale Probleme, 9*, 125-153.

Roberts, D. F. & Bachen, C. M. (1981). Mass communication effects. *Annual Review of Psychology, 32*, 307-356.

Robinson, M. D. (1998). Running from William James‘ bear: A review of preattentive mechanisms and their contributions to emotional experience. *Cognition and Emotion, 12*, 667-696.

Rosaen, S. F., Boyson, A. R. & Smith, S. L. (2006). Aggression-related characteristics and the selection of media violence. *Zeitschrift für Medienpsychologie, 18*(3), 119-130.

Roseman, I. J. & Smith, C. A. (2001). Appraisal theory: Overview, assumptions, varieties, controversies. In K. R. Scherer, A. Schorr & T. Johnstone (eds.), *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research* (pp. 3-19). Oxford: Oxford University Press.

Roseman, I. J. (1984). Cognitive determinants of emotion: A structural theory. In P. Shaver (ed.), *Review of personality and social psychology* (Vol. 5, pp. 11-36). Beverly Hills: Sage.

Roseman, I. J. (2001). A model of appraisal in the emotion system: Integrating theory, research, and applications. In K. R. Scherer, A. Schorr & T. Johnstone (eds.), *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research* (pp. 68-91). Oxford: Oxford University Press.

Rosenbaum, R. M. (1972). *A dimensional analysis of the perceived causes of success and failure*. Unpublished doctoral dissertation, University of California, Los Angeles.

Rosengren, K. & Windahl, S (1972). Mass media consumption as a functional alternative. In D. McQuail (ed.), *Sociology of mass communication* (pp. 166-194). Harmondsworth: Penguin.

Röser, J. (2000). *Fernsehgewalt im gesellschaftlichen Kontext: Eine Cultural Studies-Analyse über Medienaneignung in Dominanzverhältnissen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Röser, J. (2001). Die gesellschaftliche Dimension der Gewalt: Kritische Bilanz der Wirkungsforschung und theoretische Alternativen im Rahmen der Cultural Studies. In: P. Rössler, U. Hasebrink & M. Jäckel (Hrsg.), *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung* (S. 137-161). München: Fischer.

Röser, J. (Hrsg.) (2007). *MedienAlltag: Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Röser, J., Thomas, T. & Peil, C. (2010). Den Alltag auffällig machen. Impulse für die Medienkommunikationsforschung. In J. Röser, T. Thomas & C. Peil (Hrsg.), *Alltag in den Medien – Medien im Alltag* (S. 7-21). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Roskos-Ewoldsen, D. R., Roskos-Ewoldsen, B. & Carpentier, F. R. D. (2002). Media priming: a synthesis. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 97-120). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs, 80*, 1-28.

Rotter, J. B. (1975). Some problems and misconceptions related to the construct of internal versus external control of reinforcement. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 43*, 56-67.

Rotter, J. B. (1982). Einige Probleme und Mißverständnisse beim Konstrukt der internen versus externen Kontrolle der Verstärkung. In R. Mielke (Hrsg.), *Interne/externe Kontrollüberzeugung* (S. 43-61). Bern: Huber.

Rubin, A. M. (2002). The uses-and-gratifications perspecitve of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 525-548). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Rubin, A. M., Perse E. M. & Powell, R. A. (1985). Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing. *Human Communication Research, 12*, 155-180.

Rusch, G. & Schmidt, S. J. (Hrsg.) (1999). *Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikations-wissenschaft. DELFIN 1997*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Russell, J. (1997). Reading emotions from and into faces: Resurrecting a dimensional-contextual perspective. In J.A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 295-320). Cambridge: Cambridge University Press.

Russell, J. A., & Fernández-Dols, J. M. (1997). What does a facial expression mean? In J. A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 3-30). Cambridge: Cambridge University Press.

Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology, 52*, 141-166.

Salomon, G. (1981*). Interaction of media, cognition, and learning*. San Francisco: Jossey-Bass.

Saxer, U., Bonfadelli, H. & Hättenschwieler, W. (1980). *Die Massenmedien im Leben von Kindern und Jugendlichen*. Zug: Klett und Balmer.

Schachter, S. & Singer, J. E. (1962). Cognitive, social and physiological determinants of emotional state. *Psychological Review, 69*, 379-399.

Schachter, S. (1964). The interaction of cognitive and physiological determinants of emotional state. In L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 1, pp. 49-80). New York: Academic Press.

Schemer, C. (2006). Soziale Vergleiche als Nutzungsmotiv? Überlegungen zur Nutzung von Unterhaltungsangeboten auf der Grundlage der Theorie sozialer Vergleichsprozesse. In W. Wirth, H. Schramm & V. Gehrau (Hrsg.), *Unterhaltung durch Medien: Theorie und Messung* (S. 80-101). Köln: Herbert von Halem.

Schenk, M. & Rössler, P. (1990). Rezipientenorientierter Programmvergleich: Ein brauchbares Modell für die Fernsehforschung? *Media Perspektiven, 12*, 785-791.

Schenk, M. (1994). Meinungsbildung im Alltag: Zum Einfluß von Meinungsführern und sozialen Netzwerken. In M. Jäckel & P. Winterhoff-Spurk (Hrsg.), *Politik und Medien: Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation* (S. 143-158). Berlin: Vistas.

Schenk, M. (2007). *Medienwirkungsforschung* (3., vollständig überarbeitete Aufl.). Tübingen: Mohr Siebeck.

Scherer, H., Baumann, E. & Schlütz, D. (2005). Wenn zwei das Gleiche fernsehen, tun sie noch lange nicht dasselbe. Eine Analyse von Rezeptionsmodalitäten am Beispiel der Nutzung von Krankenhausserien durch Krankenhauspersonal. In V. Gehrau, H. Bilandzic & J. Woelke (Hrsg.), *Rezeptionsstrategien und Rezeptionsmodalitäten* (S. 219-234). München: Reinhard Fischer.

Scherer, K. R. (1984a). On the nature and function of emotion: A component process approach. In K. R. Scherer & P. Ekman (eds.), *Approaches to emotion* (pp. 293-317). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Scherer, K. R. (1984b). Emotion as a multicomponent process: A model and some cross-cultural data. In P. Shaver (ed.), *Review of personality and social psychology* (Vol. 5, pp. 37-63). Beverly Hills: Sage.

Scherer, K. R. (1990). Theorien und aktuelle Probleme der Emotionspsychologie. In K. R. Scherer (Hrsg.), *Psychologie der Emotionen: Enzyklopädie der Psychologie, Motivation und Emotion* (Bd. 3, S. 2-38). Göttingen: Hogrefe.

Scherer, K. R. (1993). Studying the emotion-antecedent appraisal process: An expert system approach. *Cognition and Emotion, 7*, 325-355.

Scherer, K. R. (1994). Emotion serves to decouple stimulus and response. In P. Ekman & R. J. Davidson (eds.), *The nature of emotions: Fundamental questions* (pp. 127-130). New York: Oxford University Press.

Scherer, K. R. (1997). The role of culture in the emotion antecedent appraisal. *Journal of Personality and Social Psychology, 73*, 902-922.

Scherer, K. R. (1998). Emotionsprozesse im Medienkontext: Forschungsillustrationen und Zukunftsperspektiven. *Medienpsychologie, 10* (4), 276-293.

Scherer, K. R. (2001a). The Nature and study of appraisal: A review of the issues. In K. R. Scherer, A. Schorr & T. Johnstone (eds.), *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research* (pp. 369-391). Oxford: Oxford University Press.

Scherer, K. R. (2001b). Appraisal considered as a process of multilevel sequential checking. In K. R. Scherer, A. Schorr & T. Johnstone (eds.), *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research* (pp. 92-120). Oxford: Oxford University Press.

Scherer, K. R., Summerfield, A. & Wallbott, H. G. (1983). Cross-national research on antecedents and components of emotion. A progress report. *Social Science Information, 22*, 355-385.

Scherer, K. R., Wallbott, H. G. & Summerfield, A. B. (eds.). (1986). *Experiencing emotion. A cross-cultural study.* Cambridge: Cambridge University Press.

Schlimmbach, I. (2007). *Emotionen und Informationsverarbeitung bei der Medienrezeption*. München: Reinhard Fischer.

Schmidt, S. J. (2005). Medien und Emotionen: Zum Management von Bezugnahmen. In S. J. Schmidt (Hg.), *Medien und Emotionen* (S. 11-39). Münster: Lit Verlag.

Schmidt-Atzert, L. (1996). *Lehrbuch der Emotionspsychologie*. Stuttgart: Kohlhammer.

Schmitz, B. & Lewandrowski, U. (1993). Trägt das Fernsehen zur Regulierung von Stimmungen bei? Intraindividuelle Analysen zur „Mood-Management"-Hypothese auf der Grundlage eines dynamisch-transaktionalen Modells. *Medienpsychologie, 5* (1), 64-84.

Schönbach, K. & Früh, W. (1991). Der dynamisch-transaktionale Ansatz II: Konsequenzen. In W. Früh (Hrsg.), *Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung* (S. 41-82). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Schorr, A. & Schorr-Neustadt, M. (2000). Wer ist das Publikum von Reality-TV? Zuschauermerkmale und Nutzungsmotive. In A. Schorr (Hrsg.), *Publikums- und Wirkungsforschung* (S. 337-362). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Schorr, A. (2001). Appraisal. The evolution of an idea. In K. R. Scherer, A. Schorr & T. Johnstone (eds.), *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research* (pp. 20-34). Oxford: Oxford University Press.

Schorr-Neustadt, M. & Schorr, A. (2000). Real People TV. Eine genrevergleichende Inhaltsanalyse zur dramatischen Inszenierung von Reality-TV- und Serienbeiträgen. In A. Schorr (Hrsg.), *Publikums- und Wirkungsforschung* (S. 315-336). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Schramm, H. & Hasebrink, U. (2004). Fernsehnutzung und Fernsehwirkung. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 465-492). Göttingen: Hogrefe.

Schramm, H. & Wirth, W. (2004). *Stimmungsregulation durch Medien: Eine kritische Reflektion der Mood-Management-Theorie Zillmanns vor dem Hintergrund aktueller Ansätze zur Stimmungs- und Emotionsregulierung*. [Vortrag auf dem 44. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie]. Göttingen.

Schramm, H. & Wirth, W. (2006). Medien und Emotionen: Bestandaufnahme eines vernachlässigten Forschungsfeldes aus medienpsychologischer Perspektive. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 54* (1), 25-55.

Schramm, H. (2005). *Mood Management durch Musik. Die alltägliche Nutzung von Musik zur Regulierung von Stimmungen*. Köln: Herbert von Halem.

Schramm, H. (2006). Parasoziale Interaktionen und Beziehungen: Konzept – Begriffe – Modellierung – Messung – Befunde. In: B. Frizzoni & I. Tomkowiak (Hrsg.), *Unterhaltung: Konzepte – Formen – Wirkungen* (S. 247-269). Zürich: Chronos.

Schramm, H. (2009). Genese und Regulation von Emotionen bei der Rezeption von Mediensport. In H. Schramm & M. Mirko (Hrsg.), *Die Sozialpsychologie des Sports in den Medien* (S. 114-152). Köln: Herbert von Halem.

Schreier, M. (2004). Qualitative Methoden. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 377-399). Göttingen: Hogrefe.

Schulz, W. (1997). *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Schütz, A. (1974). *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Schütz, A., Habscheid, S., Holly, W., Krems, J. & Voß, G. G. (Hrsg.) (2005). *Neue Medien im Alltag: Befunde aus den Bereichen Arbeit, Lernen und Freizeit*. Lengerich: Papst Science Publishers.

Schwab, F. (2000). Information oder Unterhaltung? Das multimediale Zeitalter aus medienpsychologischer Sicht. *Forum Medienethik, 7*, 38-48.

Schwab, F. (2001). Unterhaltungsrezeption als Gegenstand medienpsychologischer Emotionsforschung. *Zeitschrift für Medienpsychologie. 13* (2), 62-72.

Scudder, J. N. (1999). Influence, beliefs, appraisals, and affect: A test of appraisal theory in a mediated context. *Journal of Applied Communication Research, 27*, 196-216.

Seeman, M. (1961). On the meaning of alienation. *American Sociological Review, 26*, 753-758.

Seligman, M. E. P. (1979). *Erlernte Hilflosigkeit*. München: Urban und Schwarzenberg.

Shanahan, J. & Morgan, M. (1999). *Television and its viewers: Cultivation theory and research*. Cambridge: Cambridge University Press.

Shaver, P. R., Schwartz, J. C., Kirson, D. & O'Connor, C. (1987). Emotion knowledge: Further exploration of a prototype approach. *Journal of Personality and Social Psychology, 52*, 1061-1086.

Simon, E., Hummelsheim, D. & Hartmann, P. H. (2011). Das Fernsehprogramm – ein Freund fürs Leben? *Media Perspektiven, 3*, 129-146.

Six, U. & Gleich, U. (2000). Sozio-emotionale und kognitive Reaktionen auf Ereignisszenarien mit TV-Personen. Ein Experiment zur parasozialen Beziehung. In A. Schorr (Hrsg.), *Publikums- und Wirkungsforschung* (S. 363-383). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Smith, C. A. & Kirby, L. D. (2001). Toward delivering on the promise of appraisal theory. In K. R. Scherer, A. Schorr & T. Johnstone (eds.), *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research* (pp. 121-138). Oxford: Oxford University Press.

Smith, C. A. & Scott, H. S. (1997). A Componential Approach to the meaning of facial expressions. In J.A. Russell & J. M. Fernández-Dols (eds.), *The psychology of facial expression* (pp. 229-254). Cambridge: Cambridge University Press.

Smith, G. M. (2003). *Film structure and the emotion system*. Cambridge: Cambridge University Press.

Smith, M. (1995). *Engaging characters: Fiction, emotion, and the cinema*. Oxford: Clarendon Press.

Smith, M. (2009). Wer hat Angst vor Charles Darwin? Die Filmkunst im Zeitalter der Evolution. In M. Brütsch, V. Hediger, U. von Keitz, A. Schneider & M. Tröhler (Hrsg.), *Kinogefühle: Emotionalität und Film* (S. 289-312). Marburg: Schüren.

Sparks, G. G. & Sparks, C. W. (2002). Effects of media violence. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 269-285). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Steinhilper, L. K. (2006). *Vorschulkinder sehen fern: Das kindliche Unterhaltungserleben während der Rezeption von Fernsehfilmen*. München: Reinhard Fischer.

Studtmann, M., Otto, J. H. & Reisenzein, R. (2009). Methoden zur Induktion von Emotionen. In V. Brandstätter & J. H. Otto (Hrsg.), *Handbuch der Allgemeinen Psychologie – Motivation und* Emotion (Band 11, S. 540-549). Göttingen: Hogrefe.

Sturm, H. (1984). Wahrnehmung und Fernsehen: Die fehlende Halbsekunde. Plädoyer für eine zuschauerfeundliche Fernsehdramaturgie. *Media Perspektiven, 1*, 58-65.

Sturm, H. (1995). Die innere Aktivität bei Hören, Sehen und Lesen. Ein Ansatz zur Klärung der Warum-Frage von Medienwirkungen. In B. Franzmann, W. D. Fröhlich, H. Hoffmann et al. (Hrsg.), *Auf den Schultern von Gutenberg: Medienökologische Perspektiven der Fernsehgesellschaft* (S. 82-98). Berlin: Quintessenz.

Sturm, H. (2000). In M. Grewe-Partsch & C. Doelker (Hrsg.), *Der gestreßte Zuschauer: Folgerungen für eine rezipientenorientierte Dramaturgie*. Stuttgart: Klett-Cotta.

Sturm, H., Vitouch, P., Bauer, H. & Grewe-Partsch, M. (1982). Emotion und Erregung: Kinder als Fernsehzuschauer. Eine psychophysiologische Untersuchung. *Fernsehen und Bildung, 16* (1-3), 11-114.

Suckfüll, M. (2004). *Rezeptionsmodalitäten: Ein integrative Konstrukt für die Medienwirkungsforschung*. München: Reinhard Fischer.

Summerfield, A. B. & Green, E. J. (1986). Categories of emotion-eliciting events. A qualitative overview. In K.R. Scherer, H. G. Wallbott & A. B. Summerfield (eds.), *Experiencing emotion. A cross-cultural study* (pp. 50-65). Cambridge: Cambridge University Press.

Tamborini, R. (1991). Responding to horror: Determinants of exposure and appeal. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Responding to the screen: Reception and reaction processes* (pp. 305-328). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Tamborini, R. (1996). A model of empathy and emotional reactions to horror. In J. B. Weaver & Tamborini (eds.), *Horror films: Current research on audience preferences and reactions* (pp. 103-123). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Tan, E. (1996). *Emotions and the structure of narrative film: Film as an emotion machine*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Tan, E. (2009). Gesichtsausdruck und Emotion in Comic und Film. In M. Brütsch, V. Hediger, U. von Keitz, A. Schneider & M. Tröhler (Hrsg.), *Kinogefühle: Emotionalität und Film* (S. 265-287). Marburg: Schüren.

Tan, E. S. H. & Frijda, N. H. (1999). Sentiment in film viewing. In C. Plantinga, & G. M. Smith (eds.), *Passionate Views: Film, cognition, and emotion* (S. 48-64). Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

Tannenbaum, P. H. (1980). Entertainment as vicarious emotional experience. In P. H. Tannenbaum (ed.), *The entertainment functions of television* (pp. 107-132). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.

Teichert, W. (1972). Fernsehen als soziales Handeln. *Rundfunk und Fernsehen, 20*, 421-439.

Teichert, W. (1973). Fernsehen als soziales Handeln (II). *Rundfunk und Fernsehen, 21*, 356-382.

Thiermann, S. (2007). Produktive Identität. Mediale Aneignungstechniken zwischen Innovation und Nachahmung. In L. Mikos, D. Hoffmann & R. Winter (Hrsg.), *Mediennutzung, Identität und Identifikationen: Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen* (S. 39-49). Weinheim: Juventa.

Thomae, H. (1968). *Das Individuum und seine Welt: Eine Persönlichkeitstheorie*. Göttingen: Hogrefe.

Thomas, T. (2007). Showtime für das „unternehmerische Selbst“ – Reflexionen über Reality-TV als Vergesellschaftungsmodus. In L. Mikos, D. Hoffmann & R. Winter (Hrsg.), *Mediennutzung, Identität und Identifikationen: Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen* (S. 51-65). Weinheim: Juventa.

Thomas, T. (2010). Wissensordnung im Alltag: Offerten eines populären Genres. In J. Röser, T. Thomas & C. Peil (Hrsg.), *Alltag in den Medien – Medien im Alltag* (S. 25-47). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Thomas, T. (Hrsg.) (2008). *Medienkultur und soziales Handeln*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Tomkins, S. S. (1962). *Affect, imagery, consciousness (Vol. 1: The positive affects)*. New York: Springer.

Trepte, S. (2004). Zur Geschichte der Medienpsychologie. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 3-25). Göttingen: Hogrefe.

Trepte, S. (2006). Die Messung des Unterhaltungserlebens. In W. Wirth, H. Schramm & V. Gehrau (Hrsg.), *Unterhaltung durch Medien: Theorie und Messung* (S. 142-173). Köln: Herbert von Halem.

Trepte, S., Zapfe, S. & Sudhoff, W. (2001). Orientierung und Problembewältigung durch TV-Talkshows: Empirische Ergebnisse und Erklärungsansätze. *Zeitschrift für Medienpsychologie, 13* (2), 73-84.

Treumann, K. P., Meister, D. M., Sander, U., Burkatzki, E., Hagedorn, J., Kämmerer, M., Strotmann, M. & Wegener, C. (2007). *Medienhandeln Jugendlicher: Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Tröhler, M. & Hediger, V. (2009). Ohne Gefühl ist das Auge der Vernunft blind. In M. Brütsch, V. Hediger, U. von Keitz, A. Schneider & M. Tröhler (Hrsg.), *Kinogefühle: Emotionalität und Film* (S. 7-20). Marburg: Schüren.

Unz, D. & Schwab, F. (2003). „Powered by emotions“? Die Rolle von Motiven und Emotionen bei der Nachrichtennutzung. In: W. Donsbach & O. Jandura (Hrsg.), *Chancen und Gefahren der Mediendemokratie* (S. 305-315). Konstanz: UVK.

Unz, D. & Schwab, F. (2004). Nachrichten. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 493-525). Göttingen: Hogrefe.

Unz, D. (2007). Emotional Framing – Wie audiovisuelle Medien die emotionale Verarbeitung beeinflussen. In A. Bartsch, J. Eder & K. Fahlenbrach (Hrsg.), *Audiovisuelle Emotionen: Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote* (S. 238-255). Köln: Herbert von Halem.

Unz, D., Schwab, F. & Winterhoff-Spurk, P. (2002). Der alltägliche Schrecken? Emotionale Prozesse bei der Rezeption gewaltdarstellender Fernsehnachrichten. In: P. Rössler, S. Kubisch & V. Gehrau (Hrsg.), *Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung* (S. 97-115). München: Reinhard Fischer.

Unz, D., Schwab, F., Michel, B. & Winterhoff-Spurk (2006). »Tanz der Gefühle«: Untersuchung der emotionalen Verarbeitung eines Boulevardmagazins. In W. Wirth, H. Schramm & V. Gehrau (Hrsg.), *Unterhaltung durch Medien: Theorie und Messung* (S. 227-245). Köln: Herbert von Halem.

van der Voort, T. H. A. & Beentjes, J. J. W. (1997). Effects of extremely violent audiovisual products on young people’s aggressive behavior and emotional reactions. In P. Winterhoff-Spurk & T. H. A. van der Voort (eds.), *New horizons in media psychology: Research cooperation and projects in Europe* (pp. 87-104). Opladen: Westdeutscher Verlag.

van Eimeren, B. & Frees, B. (2011). Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011: Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? *Media Perspektiven, 7-8, 334-349.*

Vitouch, P. & Kernbeiß, G. (1998). Angst und Gewalt: Gewalt in den Medien unter dem Aspekt der Angstbewältigung. In W. Klingler, G. Roters & O. Zöllner (Hrsg.), *Fersehforschung in Deutschland: Themen – Akteure – Methoden* (Teilband 2, S. 597-609). Baden-Baden: Nomos.

Vitouch, P. (1993). *Fernsehen und Angstbewältigung: Zur Typologie des Zuschauerverhaltens*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Vitouch, P. (1997). Psychophysiological methods in media research. In P. Winterhoff-Spurk & T. H. A. van der Voort (eds.), *New horizons in media psychology: Research cooperation and projects in Europe* (pp. 116-124). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Vitouch, P. (2007). *Fernsehen und Angstbewältigung: Zur Typologie des Zuschauerverhaltens* (3. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Vitouch, P., Tinchon, H.-J., Dier, A., Kernbeiß, G. & Swoboda, A. (1994). *Die Wirkung von angstauslösender Berichterstattung zu aktuellen Umweltproblemen in grenznahen Ballungsräumen am Beispiel der Atomkraftwerksdiskussion in Österreich und der CSFR (Wien – Bratislava)*. Projektendbericht im Auftrag des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung.

Vogelsang, W. (1991). *Jugendliche Video-Cliquen, Action- und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neuen Fankultur*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Vorderer, P. & Knobloch, S. (1996). Parasoziale Beziehungen zu Serienfiguren: Ergänzung oder Ersatz? *Medienpsychologie, 8* (3), 201-216.

Vorderer, P. & Trepte, S. (2000). Medienpsychologie. In J. Straub, A. Koschinka & H. Werbik (Hrsg.), *Psychologie in der Praxis: Anwendungs- und Berufsfelder einer modernen Wissenschaft* (S. 705-736). München: Deutscher Taschenbuchverlag.

Vorderer, P. (1992). *Fernsehen als Handlung: Fernsehrezeption aus motivationspsychologischer Perspektive*. Berlin: Sigma.

Vorderer, P. (2004). Unterhaltung. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 543-564). Göttingen: Hogrefe.

Vorderer, P. (2006). Kommunikationswissenschaftliche Unterhaltungsforschung: Quo vadis? In W. Wirth, H. Schramm & V. Gehrau (Hrsg.), *Unterhaltung durch Medien: Theorie und Messung* (S. 47-58). Köln: Herbert von Halem.

Voß, G. G., Holly, W. & Boehnke, K. (Hrsg.) (2000). *Neue Medien im Alltag: Begriffsbestimmungen eines interdisziplinären Forschungsfeldes*. Opladen: Leske und Buderich.

Voß-Fertmann, T. (1989). „Wechselspiel“ und „Synthesisfunktion“ medialer Erfahrungen Jugendlicher: Ein Fallbeispiel. In D. Baacke & H.-D. Kübler (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung: Konzepte und Erprobungen* (S. 305-323). Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Wakshlag, J., Vial, V. & Tamborini, R. (1983). Selecting crime drama and apprehension about crime. *Human Communication Research, 10*, 227-242.

Walbott, H. G. (1990). *Mimik im Kontext – Die Bedeutung verschiedener Informationskomponenten für das Erkennen von Emotionen*. Göttingen: Hogrefe.

Walkerdine, V. (1986). Video replay: Families, films and fantasy. In V. Burgin, J. Donald & C. Kaplan (eds.), *Formations of fantasy* (pp. 167-199). London: New York.

Walkerdine, V. (1997). *Daddy’s girl: Young girls and popular culture*. London: UVK.

Wallbot, H. G. (2000). Empathie. In J. H. Otto, H. A. Euler & H. Mandl (Hrsg.), *Emotionspsychologie: Ein Handbuch* (S. 370-380). Weinheim: Beltz.

Wallbott, H. G. & Scherer, K. R. (1986). The antecedents of emotional experiences. In K. R. Scherer, H. G. Wallbott & A. B. Summerfield (eds.), *Experiencing emotion. A cross-cultural study* (pp. 69-83). Cambridge: Cambridge University Press.

Wallbott, H. G. & Scherer, K. R. (1988). How universal and specific is emotional experience? Evidence from 27 countries on five continents. In K. R. Scherer (ed.), *Facets of Emotion. Recent research* (pp. 31-60). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Weber, M. (1972). *Wirtschaft und Gesellschaft* (5., revidierte Aufl.). Tübingen: J.C.B. Mohr.

Webster, J. G. & Wakshlag, J. J. (1983). A theory of television programm choice. *Communication Research, 10*, 430-446.

Wegener, C. (2001). *Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Wegener, C. (2008). *Medien, Aneignung und Identität: „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Weidle, R. & Wagner, A. C. (1994). Die Methode des lauten Denkens. In G. Huber & H. Mandl (Hrsg.), *Verbale Daten: Eine Einführung in die Grundlagen und Methoden der Erhebung und Auswertung* (S. 81-103). München: Psychologie Verlags Union.

Weiner, B. (1986). *An attributional theory of motivation and emotion*. New York: Springer.

Weiner, B. (1995). *Judgments of responsibility. A foundation for a theory of social conduct*. New York: Guilford Press.

Weiner, B. (2006). *Social motivation, justice, and the moral emotions: An attributional approach.* Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Weiner, B., Frieze, I. H., Kukla, A., Reed, L., Rest, S., & Rosenbaum, R. M. (1971). *Perceiving the causes of success and failure*. Morristown: General Learning Press.

Weiß, H.-J. & Trebbe, J. (2000). *Fernsehen in Deutschland 1998-1999: Programmstrukturen. Programminhalte. Programmentwicklungen*. Berlin: Vistas.

Weiß, R. (1999). „Praktischer Sinn“, soziale Identität und Medienrezeption. In U. Hasebrink & P. Rössler (Hrsg.), *Publikumsbindungen: Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration* (S. 113-136). München: Fischer.

Weiß, R. (2001). *Fern-Sehen im Alltag: Zur Sozialpsychologie der Medienrezeption.* Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Weiß, R. (2005). Sinn und Form – Rezeptionsmodalitäten als Bewusstseinseinstellungen. In V. Gehrau, H. Bilandzic & J. Woelke (Hrsg.), *Rezeptionsstrategien und Rezeptionsmodalitäten* (S. 59-76). München: Reinhard Fischer.

Weiß, R. H. (2000). *Gewalt, Medien und Aggressivität bei Schülern*. Göttingen: Hogrefe.

Winter, C., Thomas, T. & Hepp, A. (Hrsg.) (2003). *Medienidentitäten: Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur*. Köln: Herbert von Halem.

Winterhoff-Spurk, P. (1989). *Fernsehen und Weltwissen: Der Einfluss von Medien auf Zeit-, Raum- und Personenschemata*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Winterhoff-Spurk, P. (1997). Violence in TV news: The cultivation of emotions. In P. Winterhoff-Spurk & T. van der Voort (eds.), *New horizons in media psychology: Research cooperation and projects in Europe* (pp. 105-115). Opladen: WDV.

Winterhoff-Spurk, P. (1998). Psychologie und Medienpsychologie: Perspektiven einer langen Freundschaft? *Medienpsychologie, 4*, 1-12.

Winterhoff-Spurk, P. (1999). *Medienpsychologie: Eine Einführung*. Stuttgart: Kohlhammer.

Winterhoff-Spurk, P. (2001). *Fernsehen: Fakten zur Medienwirkung* (2., völlig überarbeitete und ergänzte Aufl.). Bern: Hans Huber.

Winterhoff-Spurk, P. (2004). *Medienpsychologie: Eine Einführung* (2., überarbeitete und erweiterte Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.

Winterhoff-Spurk, P. (2005). *Kalte Herzen: Wie das Fersehen unseren Charakter formt*. Stuttgart: Klett-Cotta.

Wirth, W. & Schramm, H. (2006). Hedonismus als zentrales Motiv zur Stimmungsregulierung durch Medien? Eine Reflexion der Mood-Management-Theorie Zillmanns. In W. Wirth, H. Schramm & V. Gehrau (Hrsg.), *Unterhaltung durch Medien: Theorie und Messung* (S. 59-79). Köln: Herbert von Halem.

Wirth, W. & Schramm, H. (2007a). Emotionen und Emotionsregulation bei der Medienrezeption aus appraisaltheoretischer Perspektive. In S. Trepte, E. H. Witte (Hrsg.), *Sozialpsychologie und Medien. Beiträge des 22. Hamburger Symposions zur Methodologie der Sozialforschung* (S. 35-59). Lengerich: Pabst Science Publishers.

Wirth, W. & Schramm, H. (2007b). Emotionen, Metaemotionen und Regulationsstrategien bei der Medienrezeption. Ein Integratives Modell. In W. Wirth, H.-J. Stiehler & C. Wünsch (Hrsg.), *Dynamisch-transaktional denken: Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft* (S. 153-184). Köln: Halem.

Wirth, W. (2006). Involvement. In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 199-213). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Wirth, W., Schramm, H. & Böcking, (2006). Emotionen bei der Rezeption von Unterhaltung: Eine Diskussion klassischer und aktueller Ansätze zur Erklärung medial vermittelter Emotionen. In: B. Frizzoni & I. Tomkowiak (Hrsg.), *Unterhaltung: Konzepte – Formen – Wirkungen* (S. 221-246). Zürich: Chronos.

Wirth, W., Schramm, H. & Gehrau V. (Hrsg.) (2006). *Unterhaltung durch Medien: Theorie und Messung*. Köln: Herbert von Halem.

Wittwen, A. (1995). *Infotainment – Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung*. Bern: Europäischer Verlag der Wissenschaften.

Woelke, J. & Paus-Hasebrink, I. (2005). Rezeptionsstrategien – Umrisse eines Forschungsprogramms. In V. Gehrau, H. Bilandzic, H. & J. Woelke (Hrsg.), *Rezeptionsstrategien und Rezeptionsmodalitäten* (S. 9-18). München: Reinhard Fischer.

Wolf, A. (2010). *„News kind of comes to me…“: Young audiences, mass media, and political information*. Unpublished master's thesis. Berlin School of Creative Leadership.

Wolling, J. (2004). Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und die Nutzung von Medienangeboten. *Publizistik, 49*, 171-193.

Wrabetz, A. (2011a). Kompetenz … In *Wert über Gebühr: Public Value Bericht 2010 / 2011* (S. 2-3). Wien: Österreichischer Rundfunk.

Wrabetz, A. (2011b). *Rundfunk der Gesellschaft: Der ORF als Leitmedium. Konzept zur mittel- und langfristigen Entwicklung des ORF als öffentlich-rechtliches Me-*

dienunternehmen (Bewerbung zum Generaldirektor des ORF für die Geschäftsführunsperiode 2012 bis 2016).

Wulff, H. J. (1996). Charaktersynthese und Paraperson. Das Rollenverhältnis der gespielten Fiktion. In P. Vorderer (Hg.), *Fernsehen als „Beziehungskiste“: Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen* (S. 29-48). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Wulff, H. J. (2001). Das empathische Feld. In H. J. Wulff & J. Sellmer (Hrsg.), *Film und Psychologie – nach der kognitiven Phase?* (S. 109-122). Marburg: Schüren.

Wulff, H. J. (2009). Moral und Empathie im Kino: Vom Moralisieren als einem Element der Rezeption. In M. Brütsch, V. Hediger, U. von Keitz, A. Schneider & M. Tröhler (Hrsg.), *Kinogefühle: Emotionalität und Film* (S. 377-393). Marburg: Schüren.

Wünsch, C. (2001). Musik für jede Stimmungslage. *Wissenschaftliche Zeitschrift der Technischen Universität Dresden, 50* (1/2), 40-46.

Wünsch, C. (2002). Variabilität, Transaktion und Interpretation als Merkmal von Rezeptionsprozessen. In P. Rössler, S. Kubisch & V. Gehrau (Hrsg.), *Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung* (S. 153-175). München: Reinhard Fischer.

Wurnitsch, M. (2011). TV-Markt Österreich: ORF eins legt zu, ORF 2 stürzt ab. *tvmedia, 23.*

Wuss, P. (2009). Konflikt und Emotion im Filmerleben. In M. Brütsch, V. Hediger, U. von Keitz, A. Schneider & M. Tröhler (Hrsg.), *Kinogefühle: Emotionalität und Film* (S. 205-222). Marburg: Schüren.

Zajonc, R. B. (1984). On primacy of affect. In K. R. Scherer & P. Ekman (eds.), *Approaches to emotion* (pp. 259-270). Hillsdale: Erlbaum.

Zajonc, R. B. (2000). Feeling and thinking: Closing the debate over the independence of affect. In J. P. Forgas (ed.), *Feeling and thinking: The role of affect in social cognition* (pp. 31-58). Cambridge: Cambridge University Press.

Zeiler, G. (2011). [Ansprache bei der Verleihung des „Brandon Tartikoff Legacy Awards“ bei der „NATPE“ in Miami am 25.1.2011] Zugriff am 6.9.2011. Verfügbar unter http://www.youtube.com/watch?v=seDlfXZMIK4

Zillmann, D. & Bryant, J. (1985). Affect, mood, and emotion as determinants of selective exposure. In D. Zillmann & J. Bryant (eds.), *Selective exposure to communication* (pp. 157-190). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. & Bryant, J. (1994). Entertainment as media effect. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Media Effects: Advances in theory and research* (pp. 437-462). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. & Wakshlag, J. (1985). Fear of victimization and the appeal of crime drama. In D. Zillmann & J. Bryant (eds.), *Selective exposure to communication* (pp. 141-156). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. & Weaver, J. B. (1996). Gender-socialization theory of reactions to horror. In J. B. Weaver & R. Tamborini (eds.), *Horror films: Current research on audience preferences and reactions* (pp. 81-101). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. (1978). Attribution and misattribution of excitatory reactions. In J. H. Harvey, W. J. Ickes & R. F. Kidd (eds.), *New directions in attribution research* (vol. 2, pp. 335-368). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. (1988a). Mood management: Using entertainment to full advantage. In L. Donohw, H. E. Sypher & E. T. Higgins (eds.), *Communication, social cognition, and affect* (pp. 147-171). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. (1988b). Mood management through communication choices. *Amercian Behavioral Scientist, 31* (3), 327-340.

Zillmann, D. (1991). Empathy: Affect from bearing witness to the emotions of others. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Responding to the screen: Reception and reaction processes* (pp. 135-167). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. (1994). Mechanism of emotional involvement with drama. *Poetics, 23*, 33-51.

Zillmann, D. (1996a). The psychology of suspence in dramatic exposition. In P. Vorderer, H. J. Wulff & M. Friedrichsen (eds.), *Suspence: Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations* (pp. 199-231). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. (1996b). Sequential dependencies in emotional experience and behavior. In R. D. Kavanaugh, B. Zimmerberg & S. Fein (eds.), *Emotion: Interdisciplinary perspectives* (pp. 243-272). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. (1998). The psychology of the appeal of portrayals of violence. In J. Goldstein (ed.), *Why we watch: The attractions of violent entertainment* (pp. 179-211). New York: Oxford University Press.

Zillmann, D. (2001). The question of media influence. In R. K. Silbereisen & M. Reitzle (Hrsg.), *Bericht über den 42. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Psychologie* (S. 195-204). Lengerich: Pabst Science Publishers.

Zillmann, D. (2004). Emotionspsychologische Grundlagen. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 101-128). Göttingen: Hogrefe.

Zillmann, D. (2005). Cinematic creation of emotion. In J. D. Anderson & B. Fisher Anderson (eds.), *Moving image theory: ecological considerations* (pp. 164-179). Carbondale: Southern Illinois University Press.

Zillmann, D. (2006a). Empathy: Affective Reactivity to other's emotional experiences. In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 151-181). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. (2006b). Dramaturgy for emotions from fictional narration. In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 215-238). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Zoch, A. (2009). *Mediennutzung von Senioren: Eine qualitative Untersuchung zu Medienfunktionen, Nutzungsmustern und Nutzungsmotiven*. Münster: Lit.

Zuckerman, M. (1979). *Sensation seeking: Beyond the optimal level of arousal*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Zuckerman, M. (1988). Behavior and biology: Research on sensation seeking and reactions to the media. In L. Donohew, H. E. Sypher & E. T. Higgins (eds.), *Communication, social cognition, and effect* (pp. 173-194). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Zuckerman, M. (1996). Sensation seeking and the taste for vicarious horror. In J. B. Weaver & T. Tamborini (eds.), *Horror films: Current research on audience preferences and reactions* (pp. 147-160). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Zuckerman, M. (2006). Sensation seeking in entertainment. In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 367-387). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

ANHANG

Filmquoten

Männeraffine Filme 2007-2009	M/W					M12+		F12+		M-29		F-29		M 30-59		F 30-54		M-49		F-49		M60+		F55+	
Quelle: Teletest	12-29					KaSat		KaSat		KaSat		KaSat		KaSat		KaSat		KaSat		KaSat		KaSat		KaSat	
Sendung	Diff		Datum	Zeit	Min	%	MA	%	MA	%	MA	%	MA	%	MA	%	MA	%	MA	%	MA	%	MA	%	MA
STAR WARS EPISODE III	28	SO	28.09.08	20:16	128	6,9	17	3,4	8	9,3	36	1,9	8	7,4	17	5,9	13	8,9	26	4,6	13	2,9	5	1,7	3
HIDALGO 3000 MEILEN ZUM RUHM	19	SO	03.06.07	20:14	123	8,7	25	5,8	15	6,6	40	4,0	21	10,9	29	8,0	21	9,9	35	6,9	23	6,1	13	4,3	8
JUMPER	18	SO	13.12.09	20:15	80	8,2	22	4,7	11	5,3	38	3,7	20	11,3	27	7,4	18	10,0	35	6,2	21	4,5	8	2,3	4
VAN HELSING	17	SO	10.02.08	20:15	116	7,7	21	3,8	9	6,8	36	4,2	19	9,6	25	5,3	13	9,3	32	5,2	15	4,2	8	1,8	3
16 BLOCKS	17	SO	06.04.08	20:15	89	9,6	26	6,4	14	6,8	33	3,2	16	12,0	31	11,3	23	10,7	35	8,3	23	7,2	13	2,8	5
SAHARA FILM USA 2004	16	SO	19.04.09	20:15	112	6,5	19	4,0	10	4,8	29	3,1	13	7,3	20	5,4	14	6,9	26	4,7	15	6,9	13	2,9	6
DIE BOURNE VERSCHWOERUNG	15	SO	15.04.07	20:15	97	10,3	29	7,3	17	7,3	39	5,4	24	13,0	33	11,6	26	11,8	39	9,5	27	7,9	16	3,3	6
DAS VERMAECHTNIS DER TEMPELRITTER	15	SO	16.11.08	20:15	116	9,5	26	6,1	14	7,9	42	5,7	27	12,7	31	8,7	19	11,6	36	7,6	22	4,3	8	3,5	6
SPIDERMAN II	14	SO	11.03.07	20:14	117	11,5	29	8,0	18	10,1	53	9,4	39	15,2	33	11,7	26	14,5	42	10,8	31	4,5	9	2,7	5
Frauenaffine Filme 2007-2009	**M/W**					**M12+**		**F12+**		**M-29**		**F-29**		**M 30-59**		**F 30-54**		**M-49**		**F-49**		**M60+**		**F55+**	
Quelle: Teletest	**12-29**					**KaSat**		**KaSat**		**KaSat**		**KaSat**		**KaSat**		**KaSat**		**KaSat**		**KaSat**		**KaSat**		**KaSat**	
Sendung	**Diff**		**Datum**	**Zeit**	**Min**	**%**	**MA**	**%**	**MA**	**%**	**MA**	**%**	**MA**	**%**	**MA**	**%**	**MA**	**%**	**MA**	**%**	**MA**	**%**	**MA**	**%**	**MA**
50 ERSTE DATES	-21	SO	24.06.07	20:15	88	3,6	12	4,5	13	5,2	28	9,2	49	3,8	13	5,0	15	4,6	19	6,6	25	1,5	3	0,8	2
DER TEUFEL TRAEGT PRADA	-21	SO	01.03.09	20:16	101	10,5	28	14,7	32	6,5	36	13,8	57	13,5	32	18,0	36	11,5	38	16,7	44	8,4	16	11,7	21
PLOETZLICH PRINZESSIN II	-19	SO	16.03.08	20:15	103	4,0	12	7,1	17	2,9	18	8,9	37	4,2	12	8,4	20	4,2	16	8,5	26	4,9	9	4,3	7
DIE GEISHA	-18	SO	05.10.08	20:15	131	5,1	14	7,2	18	3,5	16	7,7	34	5,8	15	7,9	19	5,2	17	8,1	24	5,5	12	5,9	12
DAS SCHWIEGERMONSTER	-18	SO	26.04.09	20:16	92	4,5	13	8,0	19	2,6	17	7,2	35	5,1	15	9,1	21	4,5	18	8,6	26	5,4	10	7,4	13
FREAKY FRIDAY EIN VOLL VERRUECKTER FREITAG	-17	SO	20.05.07	20:14	86	4,8	15	6,4	16	4,6	29	11,3	46	6,1	18	7,3	18	6,0	23	9,2	28	2,0	4	2,1	4
WALK THE LINE	-17	SO	10.08.08	20:15	125	6,5	24	7,7	22	4,2	26	9,8	43	6,9	27	8,6	27	4,8	25	9,2	34	8,1	18	5,3	11
DAS STREBEN NACH GLUECK	-17	SO	10.05.09	20:16	108	5,1	17	5,9	16	2,7	17	6,8	34	7,3	22	7,2	21	6,0	24	7,2	26	3,0	7	3,8	8
TATSAECHLICH LIEBE	-16	SO	16.12.07	20:14	125	6,9	19	9,9	22	4,3	23	9,1	39	8,3	21	12,5	28	7,0	23	11,6	33	6,7	13	7,3	12
MYSTIC RIVER	-15	SO	04.02.07	20:15	127	8,2	20	9,0	20	3,2	16	6,8	31	11,2	26	13,2	29	8,3	26	10,8	31	7,3	12	5,4	9

Statistische Auswertungen

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Angst	Männer	10	15,50	155,00
	Frauen	10	5,50	55,00
	Gesamt	20		
Ärger	Männer	10	8,35	83,50
	Frauen	10	12,65	126,50
	Gesamt	20		
Traurigkeit	Männer	10	7,25	72,50
	Frauen	10	13,75	137,50
	Gesamt	20		
Freude	Männer	10	6,90	69,00
	Frauen	10	14,10	141,00
	Gesamt	20		
Liebe	Männer	10	7,05	70,50
	Frauen	10	13,95	139,50
	Gesamt	20		

Statistik für Test[b]

	Angst	Ärger	Traurigkeit	Freude	Liebe
Mann-Whitney-U	,000	28,500	17,500	14,000	15,500
Wilcoxon-W	55,000	83,500	72,500	69,000	70,500
Z	-3,780	-1,630	-2,460	-2,725	-2,629
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000	,103	,014	,006	,009
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,000[a]	,105[a]	,011[a]	,005[a]	,007[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Angst_Verkehr_Unfälle	Männer	10	11,20	112,00
	Frauen	10	9,80	98,00
	Gesamt	20		
Angst_Tod_Krankheit_Nahestehend	Männer	10	13,35	133,50
	Frauen	10	7,65	76,50
	Gesamt	20		
Angst_Böse_Macht	Männer	10	15,00	150,00
	Frauen	10	6,00	60,00
	Gesamt	20		
Angst_Massenkampf	Männer	10	14,00	140,00
	Frauen	10	7,00	70,00
	Gesamt	20		
Angst_Mann_gegen_Mann	Männer	10	15,00	150,00
	Frauen	10	6,00	60,00
	Gesamt	20		
Angst_Flucht	Männer	10	14,40	144,00
	Frauen	10	6,60	66,00
	Gesamt	20		
Angst_Überlebenskampf	Männer	10	14,00	140,00
	Frauen	10	7,00	70,00
	Gesamt	20		
Angst_Gewaltverbrechen	Männer	10	14,85	148,50
	Frauen	10	6,15	61,50
	Gesamt	20		
Angst_Diffuse_Gefahr	Männer	10	11,80	118,00
	Frauen	10	9,20	92,00
	Gesamt	20		
Angst_Übernatürliche_Gefahr	Männer	10	12,50	125,00
	Frauen	10	8,50	85,00
	Gesamt	20		
Angst_Soziale_Zurückweisung	Männer	10	8,20	82,00
	Frauen	10	12,80	128,00
	Gesamt	20		
Angst_Belastungssituationen	Männer	10	8,30	83,00
	Frauen	10	12,70	127,00
	Gesamt	20		
Angst_Leben_Gesundheit	Männer	10	15,50	155,00
	Frauen	10	5,50	55,00
	Gesamt	20		
Angst_Sozialer_Status	Männer	10	8,10	81,00
	Frauen	10	12,90	129,00
	Gesamt	20		
Angst_Krieg_Vernichtung	Männer	10	15,50	155,00
	Frauen	10	5,50	55,00
	Gesamt	20		

Statistik für Test[b]

	Angst_Verkehr_Unfälle	Angst_Tod_Krankheit_Nahestehend	Angst_Böse_Macht	Angst_Massenkampf
Mann-Whitney-U	43,000	21,500	5,000	15,000
Wilcoxon-W	98,000	76,500	60,000	70,000
Z	-,566	-2,182	-3,747	-3,109
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,571	,029	,000	,002
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,631[a]	,029[a]	,000[a]	,007[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Angst_Mann_gegen_Mann	Angst_Flucht	Angst_Überlebenskampf	Angst_Gewaltverbrechen
Mann-Whitney-U	5,000	11,000	15,000	6,500
Wilcoxon-W	60,000	66,000	70,000	61,500
Z	-3,725	-3,230	-3,111	-3,339
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000	,001	,002	,001
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,000[a]	,002[a]	,007[a]	,000[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Angst_Diffuse_Gefahr	Angst_Übernatürliche_Gefahr	Angst_Soziale_Zurückweisung	Angst_Belastungssituationen
Mann-Whitney-U	37,000	30,000	27,000	28,000
Wilcoxon-W	92,000	85,000	82,000	83,000
Z	-1,013	-2,163	-1,867	-1,879
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,311	,031	,062	,060
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,353[a]	,143[a]	,089[a]	,105[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Angst_Leben_Gesundheit	Angst_Sozialer_Status	Angst_Krieg_Vernichtung
Mann-Whitney-U	,000	26,000	,000
Wilcoxon-W	55,000	81,000	55,000
Z	-3,782	-1,904	-3,966
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000	,057	,000
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,000[a]	,075[a]	,000[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Ärger_Schmerz	Männer	10	12,10	121,00
	Frauen	10	8,90	89,00
	Gesamt	20		
Ärger_PartnerIn	Männer	10	7,00	70,00
	Frauen	10	14,00	140,00
	Gesamt	20		
Ärger_Freunde	Männer	10	8,95	89,50
	Frauen	10	12,05	120,50
	Gesamt	20		
Ärger_Familie	Männer	10	8,10	81,00
	Frauen	10	12,90	129,00
	Gesamt	20		
Ärger_Andere	Männer	10	12,10	121,00
	Frauen	10	8,90	89,00
	Gesamt	20		
Ärger_Sozialer_Status	Männer	10	9,40	94,00
	Frauen	10	11,60	116,00
	Gesamt	20		
Ärger_Eigene_Ziele	Männer	10	10,90	109,00
	Frauen	10	10,10	101,00
	Gesamt	20		
Ärger_Soziale_Normen	Männer	10	8,45	84,50
	Frauen	10	12,55	125,50
	Gesamt	20		
Ärger_Soziale_Normen_Peer_Group	Männer	10	6,70	67,00
	Frauen	10	14,30	143,00
	Gesamt	20		

Statistik für Test[b]

	Ärger_Schmerz	Ärger_PartnerIn	Ärger_Freunde	Ärger_Familie
Mann-Whitney-U	34,000	15,000	34,500	26,000
Wilcoxon-W	89,000	70,000	89,500	81,000
Z	-1,368	-3,121	-1,257	-1,914
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,171	,002	,209	,056
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,247[a]	,007[a]	,247[a]	,075[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Ärger_Andere	Ärger_Sozialer_Status	Ärger_Eigene_Ziele
Mann-Whitney-U	34,000	39,000	46,000
Wilcoxon-W	89,000	94,000	101,000
Z	-1,231	-,919	-,322
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,218	,358	,747
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,247[a]	,436[a]	,796[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Ärger_Soziale_Normen	Ärger_Soziale_Normen_Peer_Group
Mann-Whitney-U	29,500	12,000
Wilcoxon-W	84,500	67,000
Z	-1,561	-2,921
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,119	,003
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,123[a]	,003[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Traurigkeit_Tod	Männer	10	12,40	124,00
	Frauen	10	8,60	86,00
	Gesamt	20		
Traurigkeit_Krankheit	Männer	10	9,40	94,00
	Frauen	10	11,60	116,00
	Gesamt	20		
Traurig-keit_Trennung_Freunde_Tiere	Männer	10	9,95	99,50
	Frauen	10	11,05	110,50
	Gesamt	20		
Traurigkeit_Trennung_PartnerIn	Männer	10	6,70	67,00
	Frauen	10	14,30	143,00
	Gesamt	20		
Traurigkeit_Trennung_Familie	Männer	10	9,95	99,50
	Frauen	10	11,05	110,50
	Gesamt	20		
Traurigkeit_Liebe	Männer	10	8,40	84,00
	Frauen	10	12,60	126,00
	Gesamt	20		
Traurigkeit_Zurückweisung	Männer	10	8,50	85,00
	Frauen	10	12,50	125,00
	Gesamt	20		
Traurigkeit_Sozialer_Abstieg	Männer	10	9,45	94,50
	Frauen	10	11,55	115,50
	Gesamt	20		
Traurigkeit_Einsamkeit	Männer	10	8,85	88,50
	Frauen	10	12,15	121,50
	Gesamt	20		
Traurigkeit_Misserfolge	Männer	10	10,30	103,00
	Frauen	10	10,70	107,00
	Gesamt	20		
Traurigkeit_Tod_Krankheit	Männer	10	11,40	114,00
	Frauen	10	9,60	96,00
	Gesamt	20		
Traurig-keit_Soziale_Beziehungen	Männer	10	6,60	66,00
	Frauen	10	14,40	144,00
	Gesamt	20		
Traurigkeit_SB_Trennung	Männer	10	7,00	70,00
	Frauen	10	14,00	140,00
	Gesamt	20		
Traurigkeit_SB_Probleme_SB	Männer	10	7,50	75,00
	Frauen	10	13,50	135,00
	Gesamt	20		

Statistik für Test[D]

	Traurigkeit_Tod	Traurig-keit_Krankheit	Traurig-keit_Trennung_Freunde_Tiere	Traurig-keit_Trennung_PartnerIn
Mann-Whitney-U	31,000	39,000	44,500	12,000
Wilcoxon-W	86,000	94,000	99,500	67,000
Z	-1,510	-1,037	-,548	-3,028
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,131	,300	,584	,002
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,165[a]	,436[a]	,684[a]	,003[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Traurig-keit_Trennung_Familie	Traurigkeit_Liebe	Traurig-keit_Zurückweisung	Traurig-keit_Sozialer_Absteg
Mann-Whitney-U	44,500	29,000	30,000	39,500
Wilcoxon-W	99,500	84,000	85,000	94,500
Z	-,669	-1,795	-2,169	-,980
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,503	,073	,030	,327
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,684[a]	,123[a]	,143[a]	,436[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Traurig-keit_Einsamkeit	Traurig-keit_Misserfolge	Traurig-keit_Tod_Krankheit	Traurig-keit_Soziale_Beziehungen
Mann-Whitney-U	33,500	48,000	41,000	11,000
Wilcoxon-W	88,500	103,000	96,000	66,000
Z	-1,368	-,171	-,697	-2,975
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,171	,864	,486	,003
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,218[a]	,912[a]	,529[a]	,002[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Traurig-keit_SB_Trennung	Traurig-keit_SB_Probleme_SB
Mann-Whitney-U	15,000	20,000
Wilcoxon-W	70,000	75,000
Z	-2,717	-2,323
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,007	,020
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,007[a]	,023[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Freude_Freunde	Männer	10	8,50	85,00
	Frauen	10	12,50	125,00
	Gesamt	20		
Freude_Familie	Männer	10	6,40	64,00
	Frauen	10	14,60	146,00
	Gesamt	20		
Freude_Respekt_Freunde	Männer	10	10,60	106,00
	Frauen	10	10,40	104,00
	Gesamt	20		
Freude_Respekt_Familie	Männer	10	10,60	106,00
	Frauen	10	10,40	104,00
	Gesamt	20		
Freude_Respekt_Andere	Männer	10	9,35	93,50
	Frauen	10	11,65	116,50
	Gesamt	20		
Freude_Sozialer_Aufstieg	Männer	10	7,35	73,50
	Frauen	10	13,65	136,50
	Gesamt	20		
Freude_Erfolgserlebnisse	Männer	10	10,00	100,00
	Frauen	10	11,00	110,00
	Gesamt	20		
Freude_Bedürfnisbefriedigung	Männer	10	10,50	105,00
	Frauen	10	10,50	105,00
	Gesamt	20		
Freude_Lebensfreude	Männer	10	7,20	72,00
	Frauen	10	13,80	138,00
	Gesamt	20		
Freude_Soziale_Beziehungen	Männer	10	6,65	66,50
	Frauen	10	14,35	143,50
	Gesamt	20		
Freude_Respekt	Männer	10	10,20	102,00
	Frauen	10	10,80	108,00
	Gesamt	20		

Statistik für Test[b]

	Freude_Freunde	Freude_Familie	Freu-de_Respekt_Freunde	Freu-de_Respekt_Familie
Mann-Whitney-U	30,000	9,000	49,000	49,000
Wilcoxon-W	85,000	64,000	104,000	104,000
Z	-1,542	-3,142	-,108	-,108
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,123	,002	,914	,914
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,143[a]	,001[a]	,971[a]	,971[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Freu-de_Respekt_Andere	Freu-de_Sozialer_Aufsteig	Freu-de_Erfolgserlebnisse	Freu-de_Bedürfnisbefriedigung
Mann-Whitney-U	38,500	18,500	45,000	50,000
Wilcoxon-W	93,500	73,500	100,000	105,000
Z	-,920	-2,518	-,405	,000
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,358	,012	,686	1,000
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,393[a]	,015[a]	,739[a]	1,000[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Freu-de_Lebensfreude	Freu-de_Soziale_Beziehungen	Freude_Respekt
Mann-Whitney-U	17,000	11,500	47,000
Wilcoxon-W	72,000	66,500	102,000
Z	-2,592	-2,924	-,234
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,010	,003	,815
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,011[a]	,002[a]	,853[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Liebe_Wiedersehen	Männer	10	9,10	91,00
	Frauen	10	11,90	119,00
	Gesamt	20		
Liebe_Liebesbekundungen	Männer	10	7,10	71,00
	Frauen	10	13,90	139,00
	Gesamt	20		
Liebe_Gute_Zeit	Männer	10	8,30	83,00
	Frauen	10	12,70	127,00
	Gesamt	20		
Liebe_Physische_Aspekte	Männer	10	8,85	88,50
	Frauen	10	12,15	121,50
	Gesamt	20		
Liebe_Beziehungsanbahnung	Männer	10	7,65	76,50
	Frauen	10	13,35	133,50
	Gesamt	20		
Liebe_Sehnsucht	Männer	10	8,45	84,50
	Frauen	10	12,55	125,50
	Gesamt	20		
Liebe_Positive_Erlebnisse_mitOL	Männer	10	7,10	71,00
	Frauen	10	13,90	139,00
	Gesamt	20		
Liebe_Positive_Erlebnisse_mitOL_Psychische_Aspekte	Männer	10	7,15	71,50
	Frauen	10	13,85	138,50
	Gesamt	20		
Liebe_Neue_PartnerIn_finden	Männer	10	7,30	73,00
	Frauen	10	13,70	137,00
	Gesamt	20		

Statistik für Test[b]

	Liebe_Wiedersehen	Liebe_Liebesbekundungen	Liebe_Gute_Zeit	Liebe_Physische_Aspekte
Mann-Whitney-U	36,000	16,000	28,000	33,500
Wilcoxon-W	91,000	71,000	83,000	88,500
Z	-1,247	-2,648	-1,882	-1,641
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,212	,008	,060	,101
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,315[a]	,009[a]	,105[a]	,218[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Liebe_Beziehungsanbahnung	Liebe_Sehnsucht	Liebe_Positive_Erlebnisse_mitOL
Mann-Whitney-U	21,500	29,500	16,000
Wilcoxon-W	76,500	84,500	71,000
Z	-2,191	-1,754	-2,609
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,028	,079	,009
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,029[a]	,123[a]	,009[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Statistik für Test[b]

	Liebe_Positive_Erlebnisse_mitOL_Psychische_Aspekte	Liebe_Neue_Partner_In_finden
Mann-Whitney-U	16,500	18,000
Wilcoxon-W	71,500	73,000
Z	-2,571	-2,455
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,010	,014
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,009[a]	,015[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Neg_Emotionen	Männer	10	13,20	132,00
	Frauen	10	7,80	78,00
	Gesamt	20		
Pos_Emotionen	Männer	10	6,00	60,00
	Frauen	10	15,00	150,00
	Gesamt	20		

Statistik für Test[b]

	Neg_Emotionen	Pos_Emotionen
Mann-Whitney-U	23,000	5,000
Wilcoxon-W	78,000	60,000
Z	-2,043	-3,407
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,041	,001
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,043[a]	,000[a]

a. Nicht für Bindungen korrigiert.

b. Gruppenvariable: Geschlecht

Lebenslauf

Curriculum Vitae

Persönliche Daten

Name: Mag. Wolfgang Höfer, M.A.

Geburtsdatum: 19. 9. 1967

Staatsbürgerschaft: Österreich

BERUFSERFAHRUNG

Leiter Programmplanung ORF eins → ORF-Programmplanung, Wien, seit I/2011.
(Zentrale Programmdienste, FZ1).

- Operative und strategische Programmplanung von ORF eins mit besonderem Augenmerk auf die Senderpositionierung, Quotenentwicklung und Konkurrenzsituation.
- Internationale Sender- und Formatbeobachtung.
- Formatevaluation und Programmoptimierung für ORF eins.
- Erstellung und Kommunikation von senderübergreifenden Programmschwerpunkten.
- Programmbewertungen für Film-, Serien- und Formatakquisition und -entwicklung (LA-Screenings, miptv, etc.).

Programmreferent → ORF-Programmdirektion, Wien, X/2009-XII/2010.
(Zentrale Programmdienste, FZ1).

- Formatevaluation und Programmoptimierung für ORF 1 und ORF 2.
- Programmbewertungen für Film-, Serien- und Formatakquisition und -entwicklung (Toronto-Filmfestival, LA-Screenings, miptv, etc.).
- Gastreferent bei div. Sendern und Organisationen (SF, BR, 3-Sat, Arte, Eyes & Ears).

Interimistischer Hauptabteilungsleiter → ORF-Programmplanung, Wien, II/2009-IX/2009.
(Zentrale Programmdienste, FZ1).

- Aufgaben siehe unten.

Operative Leitung → ORF-Programmplanung, Wien, I/2007-I/2009.
(Zentrale Programmdienste, FZ1).

- Operative und strategische Programmplanung von ORF 1 und ORF 2 mit besonderem Augenmerk auf die Senderpositionierung, Quotenentwicklung und Konkurrenzsituation.
- Erstellung des Programmschemas bzw. der Jahresplanung von ORF 1 und ORF 2.
- Zentrale Schnittstelle zwischen Informations- und Programmdirektion.
- Koordination aller Sendeplätze und Kommunikation mit allen Programmabteilungen.
- Erstellung aller TV-Programmschwerpunkte und Koordination aller unternehmensweiten Programmschwerpunkte in allen ORF-Medien (TV, Radio, Online, Teletext, etc.)

Stellvertretender Hauptabteilungsleiter → ORF-Programmplanung, Wien, I/2000-I/2009.

(Zentrale Programmdienste, FZ1).

- Stellvertretender Programmplaner von ORF 1 und ORF 2.
- Quotenanalyse und Kommunikation mit allen Programmabteilungen über Sendeplatzziele und Sendungsprofile mit dem Ziel der Quotenoptimierung.
- Programmstrategische und dramaturgische Analysen zur Format- und Sendeplatzoptimierung.
- Aufbau und Professionalisierung der Promotion-Planung auf Mediadaten-Basis (GRP-Levels, OTS, Nettoreichweite).
- Strategische Vorgaben für die Programmpromotion und der Spotplanung inklusive Kreativ-Briefings und Abnahmen.
- Schnittstelle zum ORF-Marketing und zur ORF-Enterprise bezüglich Werbung und Programmhighlights.

Planung, Service & Kommunikation → ORF-Enterprise, Wien, 1999.

(I-IV/1999 gleiche Aufgaben in der Marketing-Abteilung der ORF-Werbung).

- Entwicklung der Kommunikationsstrategien zur Werbezeitenvermarktung aller ORF-Sender (TV und Radio).
- Erstellung von Präsentationen der Geschäftsführung sowie Publikationen (Business-to-Business-Marketing).
- Produkt-Management für den ORF-Regional-Radio-Ring inklusive Angebotsentwicklung.
- Networking bei Veranstaltungen der European Group of Television Advertising (Präsentationen und Workshops).
- Mediaberatung und Erstellung detaillierter Mediapläne für Radio und TV für Kunden der ORF-Enterprise.

Research Manager → Oregon Public Broadcasting (OPB / PBS), Portland, USA, I/1997-VII/1998.

- Etablierung neuer Geschäftsfelder der Radio- und Fernsehanstalt als Teil der „New Ventures“-Abteilung (Marketing und Werbezeitenverkauf nationaler TV-Produktionen, Merchandising, Neue Medien etc.).
- Ausarbeitung detaillierter Marketingpräsentationen nationaler und internationaler Fernsehproduktionen basierend auf quantitativer und qualitativer Marktforschung (Nielsen NTI, MRI, Media Audit, Roper Reports).
- Entwicklung neuer TV-Konzepte als Mitglied des „Think Tanks“ für Sender wie PBS, ABC und HBO.
- Primäre SeherInnenforschung mittels „focus groups“ bezüglich neuer Technologien (Launch der OPB Website).

Medienberater → Universität für Bodenkultur, Wien, I/1995-VIII/1995.

- Ausarbeitung und Realisierung eines Infomercials für eine Marketingkampagne der Universität für Bodenkultur.

Medienassistent → Universität für Bodenkultur, Wien, I/1994-VI/1995.

- Einschulung von Fakultätspersonal auf Sony BetaCam Videoschnittplätzen.

Tutor → Universität Wien, III/1993-VI/1995.

- Einschulung von Studenten auf JVC Professional Videoschnittplätzen.

Produktionsassistenz / Stage Manager → ORF-Unterhaltung, Wien, VII/1992-III/1994.

- Verantwortlich für den Ablauf von live Programmen wie „Die Peter Alexander Show", „Musikantenstadl", „Wiener Opernball", „Wer A Sagt", „Oh Du Mein Österreich", „Licht Ins Dunkel" etc.

Praktikant → Wilkens Ayer, Werbeagentur, Hamburg, Deutschland, II/1993.

- Training in diversen Abteilungen und Erstellung einer Studie zu aktuellen Werbetrends.

AUSBILDUNG

Master of Arts, Communication Management, VIII/1996.

- Graduate School - Annenberg School for Communication, University of Southern California (USC), Los Angeles, USA.
- Zusätzlich: Regie, Drehbuch, Dramaturgie (post-graduell) an der School of Cinema-Television der University of Southern California.

Mag. phil., Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, II/1995.

- Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Fächerkombination mit Psychologie und Soziologie), Universität Wien.
- Diplomarbeit: „Fernsehkonsum, Rigidität, Ambiguitätsintoleranz und die Einstellung zur Europäischen Union" (Fachbereich Medienpsychologie bei Univ.-Prof. Dr. Peter Vitouch).
- Zusätzlich: Teilnahme an Studentenfilmfestivals (Berlin, Tokyo, etc.).

SPORTLICHE LAUFBAHN

Radrennfahrer, Elite und Profi, 1981-1991.

- Österreichisches Nationalteam (1985-1989);
- 5-facher österreichischer Staatsmeister (1985-1989),
- 4-facher österreichischer Meister (Junioren) und 17-facher Wiener Landesmeister.
- Bundesleistungszentrum Südstadt (1986-1990).
- Vielfache Siege in nationalen und internationalen Bewerben.

Weiters

Mitglied der Jugendmedienkommission → Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur, Wien, seit I/2011.

- Vergabe von Alters- und Positivkennzeichnungen für Spielfilme (Kino, DVD, Video).

Transkripte und Passageninterpretationen (siehe CD-Rom)