RESEARCH

Wolfgang Höfer

Medien und Emotionen

Zum Medienhandeln junger Menschen

Springer VS

Medien und Emotionen

Wolfgang Höfer

Medien und Emotionen

Zum Medienhandeln junger Menschen

Springer VS

Wolfgang Höfer
Wien, Österreich

Dissertation Universität Wien, 2012

ISBN 978-3-658-01019-5 ISBN 978-3-658-01020-1 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-01020-1

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

Springer VS
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-vs.de

Inhalt

Emotional relevante Medieninhalte 9

Theoretischer Teil

1 Emotionen 21

1.1 Definition von Emotionen 21

1.2 Kognitive Emotionstheorien 26
1.2.1 Alexius Meinong 27
1.2.2 Magda B. Arnold 28
1.2.3 Richard S. Lazarus 29
1.2.4 Bernard Weiner 32
1.2.5 Andrew Ortony, Gerald L. Clore und Allan Collins 35
1.2.6 Ira J. Roseman 37
1.2.7 Klaus Scherer 38
1.2.8 Nico H. Frijda 41
1.2.9 Emotionen und Relevanz 45
1.2.10 Kritik an kognitiven Emotionstheorien 46
1.2.11 Zusammenfassung und Implikationen 50

2 Publikums- und Gratifikationsforschung 55

2.1 Von der Wirkungsforschung zum Nutzenansatz 56
2.1.1 RezipientInnenbedürfnisse und Medienfunktionen 60
2.1.2 Differenzierte Nutzungsperspektive 62
2.1.3 Involvement 64
2.1.4 Eskapismus und Realität 66
2.1.5 Kernaussagen des Nutzen- und Belohnungsansatzes 67
2.1.6 Kritik am Nutzen- und Belohnungsansatz 68
2.1.7 Verbindung von Nutzungs- und Wirkungsperspektive 70
2.1.8 Zusammenfassung und Implikationen 72

2.2 Medienhandeln und Alltag ... 73
2.2.1 Strukturanalytische Rezeptionsforschung ... 74
2.2.2 Alltagspraktischer Sinn ... 78
2.2.3 Methoden der strukturanalytischen Rezeptionsforschung ... 83
2.2.4 Medien und Alltag: Beispielhafte Studien ... 86
2.2.5 Cultural Studies ... 97
2.2.6 Integration der Ansätze ... 104
2.2.7 Zusammenfassung und Implikationen ... 106

3 Medienforschung und Emotionen ... 109

3.1 Emotionalisierung als Merkmal von Medieninhalten ... 113
3.1.1 Affektfernsehen ... 114
3.1.2 Infotainment ... 117
3.1.3 Zusammenfassung und Implikationen ... 119

3.2 Emotionalisierung der RezipientInnen durch Medieninhalte ... 120
3.2.1 Gewaltwirkungsforschung ... 121
3.2.1.1 Gewaltrezeption und Verhalten ... 121
3.2.1.2 Wirkmodelle ... 123
3.2.1.3 Relativierte und differenzierte Wirkfaktoren ... 124
3.2.2 Kultivierungsforschung ... 130
3.2.2.1 Flache Emotionen ... 133
3.2.3 Fehlende Halbsekunde ... 136
3.2.4 Psychophysiologische Untersuchungen ... 138
3.2.5 Emotionale Ansteckung und Ausdrucksforschung ... 142
3.2.6 Dispositionstheorie ... 147
3.2.7 Theorie des Erregungstransfers ... 149
3.2.8 Zusammenfassung und Implikationen ... 152

3.3 Emotionen der RezipientInnen als Mechanismus der Selektion von Medieninhalten ... 154
3.3.1 Angstbewältigung ... 155
3.3.2 Stimmungsmanagement ... 157
3.3.3 Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie ... 162
3.3.4 Sensationslust ... 167
3.3.5 Parasoziale Interaktion ... 168
3.3.6 Zusammenfassung und Implikationen ... 173

3.4 Besonderheiten medieninduzierter Emotionen einschließlich Empathie und situationaler Referenz ... 176

3.5 Medienforschung und kognitive Emotionstheorien ... 186
3.6 Zusammenfassung und Implikationen ... 197

Empirischer Teil

4 Forschungsfragen ... 207

5 Forschungsdesign, methodische Entscheidungen und Operationalisierung ... 209

6 Hypothesen ... 213

7 Inhaltsanalyse ... 215
7.1 Auswahl des Untersuchungsmaterials ... 216
7.2 Kategorienbildung ... 218
7.3 Kodierung und Kodiereinheiten ... 245
7.4 Kategoriensystem und Kodieranweisungen ... 246
7.5 Ergebnisse ... 251
7.6 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse ... 258

8 Gruppendiskussionen ... 259
8.1 Rekonstruktive Sozialforschung ... 260
8.2 Dokumentarische Methode ... 261
8.2.1 Formulierende Interpretation ... 264
8.2.2 Reflektierende Interpretation ... 264
8.2.3 Diskursbeschreibung ... 265
8.2.4 Typenbildung ... 265
8.3 Gruppenrekrutierung ... 266
8.4 Gruppenzusammensetzung ... 266
8.5 Ablauf und Leitfaden der Gruppendiskussionen ... 268

8.6 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse 270
8.6.1 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Männliche Lehrlinge I“ 270
8.6.2 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Männliche Lehrlinge II“ 282
8.6.3 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Bürokauffrauen I“ 293
8.6.4 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Bürokauffrauen II“ 306
8.6.5 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studenten I“ 322
8.6.6 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studenten II“ 343
8.6.7 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studentinnen I“ 353
8.6.8 Relevante Rahmenkomponenten der Gruppe „Studentinnen II“ 369
8.6.9 Typik „Junge Männer in Ausbildung zu Lehrberufen“ 384
8.6.10 Typik „Junge Frauen in Ausbildung zu Lehrberufen“ 387
8.6.11 Typik „Junge Männer in Ausbildung zu Akademikern“ 389
8.6.12 Typik „Junge Frauen in Ausbildung zu Akademikerinnen“ 391
8.6.13 Typik „Junge Männer“ 393
8.6.14 Typik „Junge Frauen“ 394

9 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse 397

10 Diskussion 405

Literaturverzeichnis 409

Anhang 443

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. Von Relevanz ist meist im Zusammenhang des öffentlich-rechtlichen Auftrags und der Informationsfunktion der Medien (vgl. Engel & Mai, 2010), von Emotionen hingegen eher bezüglich Unterhaltung, Werbung und Programmpromotion die Rede. 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 meist auf die formale Art der Publikumsansprache reduziert und meint dann den Einsatz formaler Mittel wie Musik- und Effekteinsätze sowie die Forderung nach dynamischen Montagen und dramatisierenden Bildern. Was aber bedeuten Emotionen hinsichtlich einer inhaltlichen Programmebene, und welche Beziehung besteht zwischen verschiedenen Zielgruppen und der für sie emotional relevanten Inhalte? Weiter 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 Medienpsycho-

logie 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 Fernsehzuschauern 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 your 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 it 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 gleichauf (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. gleichauf 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 im Vergleich geringsten Nutzungszeiten der jungen RezipientInnen führt. In Österreich liegt die TV-Nutzung der 12- bis 29-Jährigen 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 lag 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), während die exklusive Internet-Nutzung im Vormarsch ist (plus 4 Prozentpunkte für den gleichen Zeitraum) (Best & Breunig, 2011).

Insgesamt ist das junge Publikum neuen Medien gegenüber besonders aufgeschlossen und sieht Fernsehen nur als eine von vielen Alternativen der Freizeitgestaltung. Das Internet erfüllt offensichtlich 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 3.3.5 „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 Fernsehen 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 Zu-

kunftspotenzial im Sinne einer progressiven Produktvermarktung. Häufig wird argumentiert, dass das junge Publikum wichtig für eine frühe und lang anhaltende Markenbindung sei (Simon, Hummelsheim & Hartmann, 2011), da junge Menschen noch häufig die Marken wechseln und erst ab dem etwa 30. Lebensjahr eine höhere Markentreue ausgebildet werde. Früh entwickelte Markenpräferenzen haben demnach einen prägenden Einfluss auf 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 und 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-Jährigen fokussiert. Die vorliegende Arbeit soll dazu beitragen, junge Menschen und deren (emotional relevante) 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 Bedeutungszuschreibungen steht damit im Mittelpunkt. Insgesamt könnte damit jungen Menschen bei der Bewältigung ihrer Lebensthemen (siehe Kapitel 2.2.1 „Strukturanalytische Rezeptionsforschung“) verstärkt gedient werden. Ziel ist es, wissenschaftlich fundierte 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 Definition 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 (bzw. Bewertungs-, Einschätzungs- oder Appraisal-Theorien) dargestellt. Ein näherer Blick auf die einzelnen Theorien 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 im Rahmen der Medien- und Rezeptionsanalyse plädiert. Die Konzentration auf kognitionspsychologische Emotionstheorien wird damit begründet, dass diese 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 Bewertungs- bzw. Appraisal-Theorien ist, dass diese nicht von objektiven Tatsachen ausgehen, deren Wahrnehmung zu bestimmten Emotionen führt. Im Kontext der Einschätzungstheorien lösen grundsätzlich mental repräsentierte Situationen die Emotionen aus. Dass Medienreize an sich keine bedrohlichen, Freude oder Ärger auslösenden oder an sich positiven oder negativen Situationen sind, sondern nur in der Vorstellung der RezipientInnen Emotionen evozieren, kann als weiteres Argument für die Nutzung der kognitiven Emotionstheorien zur Analyse von Rezeptionsprozessen angeführt werden. In diesem Sinne soll auch auf verschiedene Einschätzungsebenen (vor und während der Rezeption, aber auch Meta- und Mikroemotionen) hingewiesen werden, die

natürlich die wissenschaftliche Erfassung der Medienemotionen verkomplizieren. Während der Rezeption können filmisch-dramaturgische Elemente (inhaltlich wie formal) als intendierte Hinweisreize zur Beeinflussung der Bewertungsschritte der RezipientInnen interpretiert werden. Meta-Emotionen 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 den medienpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Theorien in Verbindung gebracht. Im Zentrum stehen dabei der Nutzenansatz und die strukturanalytische Rezeptionsforschung. Dabei geht es in erster Linie um die Medienzuwendung als intendierte Handlung im Dienst der Lebensbewältigung. In diese Argumentationslinie werden Ergebnisse der Cultural Studies integriert, da auch sie auf den Zusammenhang zwischen Alltag und Medienhandeln verweisen. Gegenstand all dieser Theorien ist das handelnde Individuum, unter Betonung seiner Bedürfnislage als Ausgangspunkt 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. Alltagsrelevante Themen werden zu wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen, die sich wiederum auf die Bewertungen und Interpretationen der Medienprodukte und damit nicht nur auf die Zuwendung zu oder die Abwendung von 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 nutzen.

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 die relevanten Forschungsansätze in eine nachvollziehbare Ordnung zu bringen, 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 hin untersucht. Ebenso werden Ansätze, die Emotionen als abhängige Variable im Kommunikationsprozess operationalisieren, auf unterstützende Argumente für die Integration der strukturanalytischen Rezeptionsforschung und der kognitiven Emotionstheorien durchforstet. Konkret sind dies Arbeiten zur Gewaltwirkungs- und Kultivierungsforschung einschliesslich Arbeiten zur „fehlenden Halbsekunde", psychophysiologische Untersuchungen, die Konzepte der „emotionalen Ansteckung" und „Ausdrucksforschung" sowie die „Dispositionstheorie" und die „Theorie des Erregungstransfers". Auch jene Forschungsperspektive, welche die Emotionen der RezipientInnen als Mechanismus der Selektion von Medieninhalten interpretiert, soll im Hinblick auf die Argumentation der vorliegenden Arbeit untersucht werden. Dabei werden die Konzepte der „Angstbewältigung", des „Stimmungsmanagements", der „Sensationslust" und der „parasozialen Interaktion" sowie die „triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie" erfasst.

Weiter 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 ihre Integrationsmöglichkeit in die gewählte Forschungsperspektive überprüft. Im letzten Abschnitt des theoretischen Teils wird der aktuelle Forschungsstand hinsichtlich der Verwendung der kognitiven Emotionstheorie zur Erklärung von RezipientInnenhandeln anhand ausgewählter Forschungsergebnissen dargestellt.

Die empirische Untersuchung kombiniert quantitative mit qualitativen Methoden. 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 für die RezipientInnen in deren realem Leben subjektiv wichtig und daher emotional besetzt sind)

Das RezipientInnenhandeln wird über telemetrische Daten (AGTT/GfK TELETEST) 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 Ermittlung 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 Bedeutung der Medieninhalte und deren damit verbundene emotionale Relevanz für die jeweiligen Zielgruppen zu erfassen, ist das Ziel der vorliegenden Arbeit.

Theoretischer Teil

1 Emotionen

Die alltäglich verwendeten Begriffe „Gefühle“ und „Emotionen“ finden in der wissenschaftlichen Literatur einen vielfältigen Niederschlag. Der Umfang der entsprechenden 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 zugrunde liegenden 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, gefolgt von den wichtigsten aktuellen Theorien. Wie noch zu zeigen sein wird, eignen sich die kognitiven Emotionstheorien bzw. die Appraisal-Theorien besonders gut für eine psychologisch fundierte Medienrezeptionsforschung.

1.1 Definition von Emotionen

Ein Grundproblem der Emotionsforschung ist die Schwierigkeit einer eindeutigen Definition des Emotionsbegriffs (Otto, Euler & Mandl, 2000b). Die bestehenden unterschiedlichen Definitionen sind Ausdruck unterschiedlicher Forschungsschwerpunkte und lassen sich daher nicht ohne weiteres vereinheitlichen.

W. Höfer, *Medien und Emotionen,* DOI 10.1007/978-3-658-01020-1_1,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Keil und Grau (2005, S. 11) verweisen darauf, „dass Definitionen gerade die Differenzen der Disziplinen schärfen und damit ihre Eigenständigkeit unterstreichen“. Zu allgemeine 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 (1988d), einer der prominentesten Emotionsforscher, Ausdrucksforscher und Vertreter der neueren evolutionspsychologischen Emotionstheorien (Meyer, Schützwohl & Reisenzein, 2003), legt eine Emotionsdefinition vor, die klar aus seiner spezifischen Forschungsperspektive hervorgeht. Zwar nimmt er 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 deren typisches Signal 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 (anhand der Messung mimischen Verhaltens) so zu einem Zeitintervall für Emotionen von einer halben Sekunde bis zu rund 4 Sekunden. 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 geschieht, 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 kognitiver Emotionstheorien (wie z. B. Hand-

lungstendenzen) miteinbezieht: „An emotion can be described in terms of multiple languages that include subjective 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 Definitionen dieser Forschungsrichtung angeführt. Auch in diesen Definitionen spiegeln sich 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 1.2.10 „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 einbezogen. Emotionen 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 vorhergehender Einschätzungen aus. Des Weiteren 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. 13 f.)

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 und evolutionäre Elemente: „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 und 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 normaler-weise 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 3.3.2 „Stimmungsmanagement" in vorliegender Arbeit) ist die Abgrenzung von Emotionen zu Stimmungen wichtig: Otto, Eule und 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 jedoch 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 kurzfristige 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 als theoretischer Rahmen für die vorliegende Arbeit 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 der Aktualgenese der Emotion besonders gut geeignet zu sein, die medienvermittelte Emotionsentstehung zu analysieren (siehe Kapitel 3.5 „Medienforschung und kognitive Emotionstheorien"). 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 eine jeweilige Person über eine Situation, ein Ereignis, ein Objekt oder über eine Person hat. Für die Analyse des Rezeptionserlebens ist der Fokus der kognitiven Emotionstheorien auf der Aktualgenese der Emotionen von Vorteil und bildet gleichzeitig eine Abgrenzung zur evolutionspsychologischen Perspektive mit dem Fokus auf der Phylogenese und zu lerntheoretischen Emotionstheorien mit dem Fokus auf der Ontogenese der Emotionen (Meyer, Reisenzein & Schützwohl, 2001). Auch andere Emotionstheorien, die nicht explizit zu den kognitiven Emotionstheorien gezählt werden, gehen von kognitiven Einschätzungen als einer möglichen Art der Emotionsentstehung aus. Zu diesen Theorien gehören beispielsweise die Emotionstheorien von Schachter (1964) bzw. von Schachter und Singer (1962) und die unter evolutionspsychologischen Emotionstheorien subsumierten 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 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. Allgemein geht es um den Wert der Objekte für die bewertende Person. Lust- oder Unlust-Gefühle beziehen sich demnach auf Objekte oder Sachverhalte bzw. auf 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 emotionsauslösende Situationen, 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) sowie 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. 61 f./541 f.)

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 den explizit kognitionspsychologischen Emotionstheorien zugeordnet wird – 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. den „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 einschät-

zenden 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 dieses Ansatzes.

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 zukünftiger Ereignisse 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 der Individuen auf psychische

Belastungen bzw. um deren Bewältigung 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. Umgekehrt sind, so Lazarus, Kognitionen hinreichende Bedingungen für Emotionen (Lazarus, 1984; siehe auch die „Lazarus-Zajonc-Debatte" im Kapitel 1.2.10 „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 Emotionstheorie 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 nach primären und sekundären Einschätzungen: Primäre Einschätzungen basieren auf Überzeugungen hinsichtlich aktueller oder zukünftiger Ereignisse und deren 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 der 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, S. 43). Lazarus unterscheidet weiter nach drei sekundären 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 hinsichtlich automatisch/unbewusster oder nicht-automatisch/bewusster 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.“

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

Des Weiteren definiert Lazarus „core relational themes“, die das Kernthema der jeweiligen Emotion ausdrücken sollen. Er plädiert dafür, nicht nur die partiellen Einschätzungsdimensionen, sondern die „Gestalt“ der Emotionen zu sehen, 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 irrevocable 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) mit der Frage, 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)