



---

# **Identifizieren oder Distanzieren Meta-Emotionen im Zuschauererleben**

Anne Bartsch  
Martin-Luther-Universität Halle

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## Was sind Meta-Emotionen?

- Meta-Emotionen sind Gefühle über Gefühle.
- z.B. Scham über einen Wutausbruch, Spaß am Nervenkitzel.
- Meta-Emotionen bewerten die primäre Emotion.
- Sie beeinflussen, wie wir Emotionen erleben und wie wir mit ihnen umgehen.

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## **Bewertung von Emotionen**

- Mag ich dieses Gefühl, oder mag ich es nicht?
- Habe ich das Gefühl unter Kontrolle, oder bin ich dem Gefühl ausgeliefert?
- Sind meine Gefühle passend und angemessen, oder muss ich mich dafür schämen?

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## Gliederung

- Meta-Emotionen in der Rezeptionsforschung  
Forschungsprojekt „Emotionale Gratifikationen“
- Meta-Emotionen in der Medienanalyse  
Zwei Analysebeispiele (Film, Musikvideo)

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## Meta-Emotionen in der Rezeptionsforschung

- Mary Beth Oliver: Auskosten von Emotionen bei der Rezeption von Dramen.
- Anne Bartsch & Markus Appel: Meta-Emotionen auch bei Suspense-Genres.

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## Individuelle Unterschiede

- Geschlechterrollen:
  - Männer bevorzugen Suspense-Genres.
  - Frauen bevorzugen Dramen.
- „Need for Affect“ (Bedürfnis nach starken Affekterlebnissen):
  - Emotionen werden intensiver erlebt und positiver bewertet.



## Forschungsprojekt „Emotionale Gratifikationen“

- Qualitative Interview-Studie

Lieblingsfilme: Welche Emotionen haben Sie erlebt? Mögen Sie diese Emotionen? Wenn ja, warum?

- Fragebogenstudien mit verschiedenen Stichproben

Studenten, ältere Teilnehmer, Videothekskunden, Nutzer von TV-Serien Portalen



## Emotionale Gratifikationsfaktoren

- Erlebnisqualitäten von Emotionen bei der Mediennutzung
  - Spaß
  - Spannung
  - Rührung
- Funktion von Emotionen bei der Mediennutzung
  - Geistige Anregung durch Emotionen
  - Soziales Emotionserleben
  - Einfühlung, Identifikation mit Figuren
  - Ausleben, Konfrontieren mit Emotionen



## Emotionale Gratifikationsfaktoren

- Interview-Zitat zu geistiger Anregung durch Emotionen:

„...wenn ich zum Beispiel abends so ein Film sehe wie „Das Schweigen der Lämmer“, also dann denke ich noch bestimmt zwei Stunden noch darüber nach. Auch wenn ich schon theoretisch schlafen möchte, aber ich komm dann einfach nicht zum Schlafen weil mich dann der ganze Film noch so sehr beschäftigt, die positiven und auch die negativen Gefühle, die da bei mir ausgelöst werden. Ja. [...] Ich finde es als Bereicherung. Denn wenn der Film mich nicht berühren würde, wäre es für mich kein guter Film.“



## Emotionale Gratifikationsfaktoren

- Erlebnisqualitäten von Emotionen bei der Mediennutzung

Spaß

Spannung

Rührung

- Funktion von Emotionen bei der Mediennutzung

Geistige Anregung durch Emotionen

Soziales Emotionserleben

Einfühlung, Identifikation mit Figuren

Ausleben, Konfrontieren mit Emotionen

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## Meta-Emotionen in der Medienanalyse

- Medien stellen Emotionen nicht nur dar.
- Durch die Art der Darstellung werden gleichzeitig auch Meta-Emotion vermittelt, z.B.:
  - schöne, sympathische, faszinierende Darstellung
  - abstoßende, lächerliche Darstellung

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## **Ebenen der Kommunikation von Meta-Emotionen**

- Ästhetik der Emotionsdarstellung.
- Erzählerischer Kontext der Emotionsdarstellung.
- Symbolischer Bedeutungskontext der Emotionsdarstellung.

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## Ästhetik der Emotionsdarstellung

- Attraktivität, schauspielerische Leistung.
- Ästhetisierung von Emotionen durch sinnliche Erfahrungsqualitäten, z.B.:
  - Ärger: hart, laut, schnell, dreckig.
  - Trauer: dunkel, weich, schwer, langsam.



## Erzählerischer Kontext der Emotionsdarstellung

- Welche Rolle spielen Emotionen in der Geschichte?
- Positive Auswirkungen von Emotionen auf die Handlung
  - Figuren wachsen über sich hinaus,  
Zusammenhalt der Gruppe wird gestärkt, usw.
- Negative Auswirkungen von Emotionen auf die Handlung
  - Verschärfung von Konflikten,  
Fehlverhalten, Verluste, usw.



## **Symbolischer Bedeutungskontext der Emotionsdarstellung**

- Mediale Darstellung stellt Emotionen in einen größeren Bedeutungszusammenhang, z.B.:

Religiöse und politische Symbole.

Motive mit fester symbolischer Bedeutung.

Zitate, Reinszenierung kanonischer Bilder.



## Meta-Emotionen zu Ärger und Gewalt in „Fight Club“

- Ästhetik der Emotionsdarstellung:
  - Schauspielerische Leistung
  - Ästhetisierung von Ärger und Gewalt durch Farbigkeit, Dynamik, Geräusche, Musik...
- Innere Wahrnehmungsqualitäten von Ärger verschmelzen mit der Wahrnehmung der filmischen Welt.
- Ästhetische Faszination der Emotionsdarstellung.



## Meta-Emotionen zu Ärger und Gewalt in „Fight Club“

- Handlungskontext der Emotionsdarstellung:
  - Klassischer Spannungsaufbau.
  - Überraschende Konfliktlösung: der Kampf wird auf einer psychologischen Ebene entschieden.
- Ärger und Gewalt als produktives Mittel der Konfliktlösung.
- Ärger und Gewalt werden als etwas Menschliches und Ehrliches dargestellt.

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## Meta-Emotionen zu Ärger und Gewalt in „Fight Club“

- Symbolischer Kontext der Emotionsdarstellung:
  - Kapitalismus-Kritik.
  - Körperliche Gewalt vs. strukturelle Gewalt.
- Ärger und Gewalt werden entgegen den geltenden Normen moralisch legitimiert und aufgewertet.



## **Meta-Emotionen zu Ärger und Gewalt in „Fight Club“**

- Insgesamt werden in Fight Club auf verschiedenen Ebenen positive Meta-Emotionen zu Ärger und Gewalt kommuniziert.
- Die Bereitschaft des Zuschauers, sich auf diese unkonventionelle Bewertung von Ärger und Gewalt einzulassen, entscheidet über den persönlichen Faszinations- und Unterhaltungswert des Films.

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## Meta-Emotionen zu Traurigkeit in „Frozen“

- Ästhetik der Emotionsdarstellung:
  - Ästhetisierung von Trauergefühlen durch Farbigkeit, Dynamik, Musik.
- Innere Erfahrungsqualitäten werden in audiovisuelle Gestaltungsmittel „übersetzt“



## Meta-Emotionen zu Traurigkeit in „Frozen“

- Erzählerischer Kontext der Emotionsdarstellung:
  - Bildhafte Emotionsmetaphern erzählen die „Geschichte“ eines Subjekts, das die zerstörerischen Kräfte von Emotionen überwindet und gestärkt daraus hervorgeht.
- Meta-Emotionen von Selbstbewusstsein und Zuversicht im Umgang mit Traurigkeit werden vermittelt.

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



## Meta-Emotionen zu Traurigkeit in „Frozen“

- Symbolgehalt der Emotionsdarstellung:
  - Religiöse Symbolik verweist auf das Motiv des stellvertretenden Leidens.
- Die Mischung aus religiösem Pathos und Ironie macht einen zusätzlichen Reiz der Emotionsdarstellung aus.



## Allgemeine Schlussfolgerungen

- In den Unterhaltungsmedien werden Emotionen oft als reizvolle Erlebnisangebote aufbereitet.
- Dies betrifft auch „negative“ Emotionen wie Angst, Ärger und Traurigkeit, die der Zuschauer im Alltag eher vermeidet.
- Die Kommunikation von positiven Meta-Emotionen fördert die Bereitschaft des Zuschauers, sich auf emotionale Erlebnisangebote der Medien einzulassen.
- Medienangebote müssen den emotionalen Bedürfnissen des Zuschauers entsprechen, sonst funktioniert die Kommunikation von Meta-Emotionen nicht.

# Meta-Emotionen im Zuschauererleben

Anne Bartsch



---

Vielen Dank!