

Medienwissenschaften

**Ines C. Vogel**

**Das Sad-Film-Paradoxon**

Ein theoretischer und empirischer Beitrag  
zum Anreiz trauriger Filme

Shaker Verlag  
Aachen 2007

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

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

Zugl.: Koblenz/Landau, Univ., Diss., 2007

Copyright Shaker Verlag 2007

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8322-6828-2

ISSN 1612-9490

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: [www.shaker.de](http://www.shaker.de) • E-Mail: [info@shaker.de](mailto:info@shaker.de)

## **Das Sad-Film-Paradoxon**

### **Ein theoretischer und empirischer Beitrag zum Anreiz trauriger Filme**

Der kommerzielle Erfolg von traurigen Spielfilmen wie beispielsweise „Love Story“ oder „Titanic“ beweist, dass solche Filminhalte offenbar für viele Menschen eine besondere Anziehungskraft haben, obwohl – oder gerade weil – diese bei ihnen scheinbar negative Gefühle (z.B. Trauer, Kummer, Mitleid) auslösen. Unabhängig davon, ob traurige Medieninhalte tatsächlich dazu in der Lage sind, realitätsnahe Gefühle der Trauer hervorzurufen oder aber „nur“ ein stellvertretendes Mitfühlen der von Schauspielern dargestellten Emotionen beim Rezipienten erzeugen, widerspricht es nicht nur dem gesunden Menschenverstand, sondern auch den bisherigen Kenntnissen aus Psychologie und Medienforschung, dass Menschen zielgerichtet und absichtsvoll Situationen aufsuchen, *obwohl* diese bei ihnen Gefühle erwecken, die gemeinhin als negativ und unangenehm eingestuft werden. Aus diesem Grund spricht US-amerikanische Medienforscherin Mary Beth Oliver (1993, S. 317) bei der Zuwendung zu traurigen Filmen auch vom „paradox of sad films“.

Erklärungsansätze über die Anziehungskraft trauriger Inhalte reichen bis in die Antike zur Katharsisthese von Aristoteles zurück. Aber auch die moderne Forschungsliteratur bietet mit dem Konzept der Meta-Emotionen von Mayer und Gaschke (1988; vgl. auch Oliver, 1993), dem Attitude-Interpretation-Ansatz von Mills (1993), der Terror-Management-Theorie von Goldenberg, et al. (1999) und der Theorie des sozialen Vergleichs von Festinger (1954) weitere Ansätze, die zur Erklärung des Anreizes trauriger Filmen herangezogen werden können.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich vor dem Hintergrund dieser Ansätze mit Motiven für die Zuwendung zu traurigen Filmen und den daraus erhaltenen Gratifikationen. In diesem Zusammenhang wird auch die Überlegung aufgegriffen, inwieweit traurige Filme Menschen in kritischen Lebenssituationen u.U. Trost, Ermutigung und Anregungen für Problemlösungen bieten können. Weiterhin wird auf Basis von soziodemografischen Merkmalen, Persönlichkeitseigenschaften und individuellen Lebensbedingungen auf Seiten des Rezipienten ein Modell zur Erklärung der Zuwendung zu traurigen Spielfilmen entwickelt und überprüft.

Zu diesem Zweck wurde eine schriftliche Befragung an 685 Personen im Alter zwischen 14 und 84 Jahren durchgeführt. Der verwendete Fragebogen erfasste zunächst verschiedene medienbezogene Variablen: Neben Angaben zur Häufigkeit des Spielfilmkonsums im Allgemeinen und zur Nutzung verschiedener Spielfilmgattungen fielen hierunter auch Angaben zur emotionalen Beteiligung während der Rezeption von Spielfilmen. Bezogen auf traurige Filme im Besonderen wurden einerseits die Häufigkeit und Beliebtheit solcher Filme und andererseits der Rezeption zugrunde liegende Motive sowie situative Bedingungen und Gratifikationserfahrungen bei der Nutzung erfragt. Des Weiteren wurden im Fragebogen mit Empathie, Need for Emotion, vorherrschenden Problembewältigungsstilen, die Anzahl kritischer Lebensereignisse und eine subjektive Lebensbewertung medienunabhängige Merkmale auf Seiten des Rezipienten erfasst.

Bezogen auf Gratifikationserfahrungen zeigen die Ergebnisse, dass traurige Filme zum einen die Möglichkeit bieten, positive Meta-Erfahrungen bezogen auf Gefühle der Rührung und des Mitleids zu erleben und weiterhin das Ausleben aufgestauter negativer Gefühle aus dem Alltag ermöglichen. Zum anderen helfen traurige Filme bei der Bewältigung eigener Probleme und Schwierigkeiten, indem sie Mut, Trost und Zuversicht sowie Anregungen zum Umgang mit eigenen Problemen geben. Insbesondere Personen mit einer höheren subjektiv wahrgenommenen Problembelastung im Alltag äußern – verglichen mit Personen, die sich weniger stark von Problemen im Alltag belastet fühlen – signifikant häufiger das Ausleben negativer Emotionen aus dem Alltag und die Anregung zur eigenen Problembewältigung als Gratifikationserfahrungen in Verbindung mit traurigen Filmen. Die Ergebnisse der Arbeit zeigen weiterhin, dass die Nutzung trauriger Filme durch positive Einstellungen zu traurigen Filmen, eine hohe Empathieausprägung, eine subjektiv starke Problembelastung im Alltag und die Neigung zu einem problemvermeidendem Copingstil des Rezipienten begünstigt wird. Positive Einstellungen und eine hohe Empathieausprägung besitzen dabei den höchsten Einfluss auf die Rezeptionshäufigkeit und -beliebtheit solcher Filme.